

**STRATEGI KREATIF PRODUKSI  
PROGRAM ACARA MUSIK *GENTARA* DI MNCTV  
EPISODE STADION RAWA BADAK**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
Mencapai derajat Sarjana S-1  
Program Studi Televisi dan Film  
Jurusan Seni Media Rekam



**OLEH:**

**RIZA MARINDA PUSPITASARI**

**NIM. 09148127**

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN  
INSTITUT SENI INDONESIA  
SURAKARTA  
2017**

**PENGESAHAN  
TUGAS AKHIR SKRIPSI**

**STRATEGI KREATIF PRODUKSI  
PROGRAM ACARA MUSIK *GENTARA* DI MNCTV  
EPISODE STADION RAWA BADAK**

Oleh  
**RIZA MARINDA PUSPITASARI**  
NIM. 09148127

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji  
Pada tanggal 3 Agustus 2017

**Tim Penguji**

Ketua Penguji : NRA. Candra Dwi A., S.Sn., M.Sn.  
Penguji Bidang : Citra Dewi Utami, S.Sn., M.A.  
Penguji/Pembimbing : Citra Ratna Amelia, S.Sn., M.Sn.  
Sekretaris Penguji : Widhi Nugroho, S.Sn., M.Sn.



Skripsi ini telah diterima sebagai  
salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Seni (S.Sn)  
Pada Institut Seni Indonesia Surakarta

Surakarta, 27-12-17  
Dekan Fakultas Seni Rupa Dan Desain



**Ranang Agung Sughartono, S.Pd., M.Sn.**  
NIP. 197111102003121001

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Riza Marinda Puspitasari  
NIM : 09148127  
Prodi / Jurusan : Televisi & Film / Seni Media Rekam  
Fakultas : Seni Rupa & Desain

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir Skripsi dengan judul **Strategi Kreatif Produksi Program Acara Musik Gentara Di MNCTV Episode Stadion Rawa Badak** merupakan murni hasil karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Institut Seni Indonesia Surakarta maupun perguruan Tinggi lain. Seluruh isinya adalah benar-benar berdasarkan hasil penelitian saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. Adapun karya ataupun pendapat orang lain dalam skripsi ini, dicantumkan sumber dan nama dengan jelas dalam daftar pustaka, catatan perut maupun catatan kaki.

Apabila dikemudian hari ada klaim dari pihak lain atau ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam skripsi saya ini, maka saya akan bertanggung jawab dan saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Surakarta, 3 Agustus 2017

Yang Membuat Pernyataan,



Riza Marinda Puspitasari

## **MOTTO**

“Apapun yang kau minta, Allah lebih tahu apa yang pantas kau terima”

“saya datang, saya bimbingan, saya ujian, saya revisi, dan saya menang”





## **PERSEMBAHAN**

Dengan mengucap syukur Alhamdulillah, perjuangan ini saya persembahkan untuk keluargaku tercinta, terkhusus untuk Bapak dan Ibu



## ABSTRAK

### **STRATEGI KREATIF PRODUKSI PROGRAM ACARA MUSIK GENTARA DI MNCTV EPISODE STADION RAWA BADAK**

**(Riza Marinda Puspitasari), 2017, xiv + 109 Halaman. Skripsi S-1 Program Studi Televisi dan Film, Jurusan Seni Media Rekam, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta.**

Penelitian ini membahas strategi kreatif produksi program acara musik *Gentara* di MNCTV. Dalam penelitian ini memempatkan program acara musik *Gentara* episode Stadion Rawa Badak sebagai objek kajian penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini berupa kajian dokumen dan wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi-strategi yang disempurnakan dalam episode Stadion Rawa Badak meliputi Strategi Pemilihan Bintang Tamu yang sedang naik daun dan juga memiliki fans yang banyak, *Gimmick* yang mencampurkan kehidupan pribadi artis yang lebih menarik perhatian penonton, *Funfare* yang biasanya terdapat di awal atau akhir acara pada kali ini ditempatkan pada segmen ke 3, *Music* yang menghadirkan lagu pop berirama dangdut koplo, *Fashion* yang menghadirkan warna kostum kuning yang merupakan permintaan dari sponsor Kuku Bima, serta *Interactive Program* yang menampilkan *senggak-an* yang justru menjadi identitas acara music *Gentara*.

**Kata Kunci :** Strategi Kreatif, Elemen Strategi Kreatif, Program Acara Musik *Gentara*

## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyang, kami panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran-Nya yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul **Strategi Kreatif Program Acara Musik *Gentara* Di MNCTV Episode Stadion Rawa Badak**.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkenan membantu pada tahap penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini. Oleh sebab itu, izinkanlah penulis pada kesempatan ini untuk menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Citra Ratna Amelia S.Sn. M.Sn. selaku Pembimbing Tugas Akhir Skripsi ini yang selalu sabar mendengar serta memberikan banyak masukan dan arahan hingga terselesainya skripsi ini.
2. N.R.A. Candra D.A., S.Sn., M.Sn. selaku Pembimbing Akademik penulis yang telah mendampingi penulis selama menempuh pendidikan Strata I.
3. Seluruh Dosen Program Studi Televisi dan Film ISI Surakarta yang telah menjadi Guru, Teman *Sharing* serta penyemangat bagi penulis.
4. Kedua Orang Tua serta keluarga yang telah banyak berjasa dalam kehidupan penulis mulai saat lahir hingga dewasa ini. Segala yang telah diberikan oleh beliau tidak akan pernah dapat tergantikan oleh hal apapun.
5. Dosen *reviewer* yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran mulai dari ujian *review*, kelayakan hingga pendadaran sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

6. Seluruh teman-teman Kaki Kanan TV 2009 yang selalu kompak dan telah menemani perjalanan penulis baik suka maupun duka selama menempuh pendidikan Strata I ini.
7. Seluruh pihak yang telah membantu proses Tugas Akhir ini hingga terselesaikan dengan baik, yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan yang dibuat baik isi maupun susunan Tugas Akhir ini. Semoga laporan ini dapat berguna dan dapat bermanfaat tidak hanya bagi penulis namun juga bagi pembacanya.

Surakarta, Agustus 2017

Penulis



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR BAGAN .....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Tinjauan Pustaka .....	5
F. Kerangka Teori .....	8
1. Program Acara Musik .....	8
2. Strategi Kreatif Produksi Program .....	10
3. Tahap Pelaksanaan Produksi.....	19
G. Metode Penelitian .....	21
1. Objek Penelitian .....	21
2. Jenis Penelitian .....	21
3. Sumber Data .....	22
4. Teknik Cuplikan ( <i>sampling</i> ) .....	23
5. Teknik Pengumpulan Data .....	25
6. Analisis Data .....	27
H. Sistematika Penulisan Laporan .....	29

## BAB II DESKRIPSI OBJEK KAJIAN

A. Latar Belakang MNCTV .....	31
B. Program Acara Musik <i>Gentara</i> .....	33
1. Sejarah Program Acara Musik <i>Gentara</i> .....	33
2. Deskripsi Program Acara .....	34
3. Pengisi Acara .....	36
4. Tata Artistik .....	41
5. Pembagian Segmen .....	43
C. Program Acara Musik <i>Gentara</i> Episode Rawa Badak .....	44
1. Deskripsi Program Acara Musik <i>Gentara</i> Episode Rawa Badak ..	44
2. Setting Lokasi .....	44
3. Tema .....	45
4. Pembagian Segmen .....	46
D. Sponsor <i>Kuku Bima Ener-G</i> .....	49

## BAB III STRATEGI KREATIF PRODUKSI PROGRAM ACARA MUSIK

### *GENTARA* EPISODE STADION RAWA BADAK

A. Praproduksi .....	52
1. Pencarian Ide .....	52
2. Perencanaan Dan Persiapan .....	52
a. Penyediaan Dan Estimasi Dana .....	53
b. Teknik Produksi .....	53
c. Pemilihan Lokasi .....	54
d. Pemilihan Pengisi Acara .....	55
e. Target Penonton .....	63
f. Bahasa Naskah .....	67
g. Format Acara .....	69
h. <i>Punching Line</i> .....	71
i. <i>Gimmick and Funfare</i> .....	73
j. <i>Clip Hanger</i> .....	75
k. <i>Tune and Bumper</i> .....	75
l. Penataan Artistik .....	78

m. <i>Music and Fashion</i> .....	80
n. Ritme dan Birama Acara .....	94
o. Logo dan <i>Music Track</i> untuk <i>ID Tune</i> .....	96
p. <i>General Rehearsal</i> .....	97
q. <i>Interactive Program</i> .....	98
B. Produksi .....	99
1. Bahasa Naskah .....	100
2. <i>Gimmick and Funfare</i> .....	102
3. <i>Music and Fashion</i> .....	105
4. <i>Interactive Program</i> .....	107
5. Pengambilan Gambar .....	108
C. Pasca Produksi .....	110
1. Editing .....	110
2. Evaluasi .....	111
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan .....	112
B. Saran .....	113
DAFTAR ACUAN	
LAMPIRAN	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Foto Jenita Janet .....	37
Gambar 2. Foto Juan Rahman .....	38
Gambar 3. Foto Narji .....	39
Gambar 4. Setting Panggung .....	41
Gambar 5. Properti Pada Panggung <i>Gentara</i> .....	45
Gambar 6. Logo <i>Kuku Bima Ener-G</i> .....	49
Gambar 7. Potongan <i>Opening Tune Gentara</i> .....	76
Gambar 8. Kostum Pembawa Acara .....	83
Gambar 9. Kostum Jenita Janet .....	84
Gambar 10. Kostum Juan Rahman .....	85
Gambar 11. Kostum Narji .....	86
Gambar 12. Kostum Nita Thalia .....	87
Gambar 13. Kostum Via Vallen .....	88
Gambar 14. Kostum Uut Permatasari .....	89
Gambar 15. Kostum Rizka Antika .....	91
Gambar 16. Kostum Ilir 7 Band .....	92
Gambar 17. Rundown Gentara segmen 1 .....	100



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. <i>Rating Dan Share</i> Program Acara Musik <i>Gentara</i> .....	24
Tabel 2. Jadwal Program Acara Televisi Tanggal 28 Februari 2016 .....	64



## DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Skema Analisis Interaktif .....	28
Bagan 2. Grafik Aristoteles .....	94



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Media televisi merupakan media yang sangat efektif untuk mentransformasi penyedia hiburan yang masih sangat diminati oleh penonton. Di Indonesia terdapat berbagai macam kepemilikan stasiun televisi, antara lain televisi publik, televisi swasta dan televisi komunitas. Televisi swasta sendiri terdiri dari televisi yang memiliki daya jangkauan siaran secara nasional dan lokal.

Perkembangan stasiun televisi di Indonesia yang begitu pesat, membuat persaingan industri televisi semakin ketat. Setiap stasiun televisi berlomba-lomba membuat program acara yang diminati oleh penonton. Berbagai strategi kreatif diterapkan dalam produksi program acara. Hal tersebut dilakukan agar program yang dihasilkan adalah program yang menarik untuk ditonton oleh pemirsa, sehingga perolehan *rating* dan *share* bisa tinggi. *Rating* dan *share* yang tinggi berfungsi sebagai barometer untuk mengukur keberhasilan program. Selain itu *rating* dan *share* tentunya juga sangat penting, mengingat televisi swasta hidup dari iklan. Para pengiklan akan bersedia untuk memasang iklannya di program acara yang memiliki *rating* dan *share* yang tinggi.

MNCTV merupakan salah satu stasiun televisi yang meramaikan persaingan industri pertelevisian di Indonesia. MNCTV memiliki berbagai program acara unggulan, baik program artistik maupun program jurnalistik. Dalam program artistik dibagi menjadi program drama dan non drama. Beberapa program tersebut antara lain adalah *Tendangan Si Madun*, *Raden Kian Santang*, *Disini Ada Tuyul* dan *Manusia Harimau*. Program-program tersebut adalah program-program berformat drama. Akan tetapi tidak hanya program drama yang terbilang sukses, ada pula tayangan berformat *music show* dan *tv contest* seperti *Kontes Dangdut KDI*, *DMD show*, *Tarung Dangdut* dan *Gentara*.

*Gentara* merupakan salah satu program yang ditayangkan oleh MNCTV sejak tahun 2008. Dalam memproduksi program acara musik *Gentara*, produser dan tim kreatif senantiasa menggunakan strategi kreatif. *Gentara* yang awalnya bernama *Grebek Nusantara* hadir setiap hari Minggu pagi pukul 08.30 WIB. Dalam proses perjalanannya program acara musik *Gentara* pernah ditegur secara tertulis oleh KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) pada tanggal 9 Agustus 2015 perihal pada salah satu segmennya terdapat permainan yang mengharuskan salah seorang pria memilih salah satu gelas yang terdiri dari beberapa air putih dan satu gelas air keras dan kemudian meminumnya.<sup>1</sup> Hal ini dianggap KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) dapat menimbulkan efek negatif di masyarakat dimana masyarakat bisa jadi akan menirukannya. Selain teguran tertulis di atas, program acara musik *Gentara*

---

<sup>1</sup> [www.kpi.go.id/index.php/lihat-sanksi/32927-teguran-tertulis-program-siaran-gentara-mnc-tv](http://www.kpi.go.id/index.php/lihat-sanksi/32927-teguran-tertulis-program-siaran-gentara-mnc-tv), tanggal 30 Nov 2016 jam 12.08



juga pernah mendapatkan teguran tertulis sebelumnya yaitu pada tanggal 21 Juli 2014. Teguran tersebut berkaitan dengan datangnya bulan Ramadhan. Pada tayangan *Gentara* pada tanggal 13 Juli 2014 ditemukan adanya pelanggaran berupa pengambilan gambar secara *close up* goyangan atau tarian yang mengandung unsur erotis, mengeksploitasi bagian tubuh (dada dan pantat).<sup>2</sup> Akan tetapi walaupun pernah mengalami teguran dari KPI (Komisi Penyiaran Indonesia), program acara musik *Gentara* masih tetap bertahan sampai saat ini. Hal tersebut tentunya tidak lepas dari peran strategi kreatif yang digunakan oleh produser dan tim kreatif dalam memproduksi acara *Gentara*.

Program acara musik *Gentara* bukanlah satu-satunya program acara musik yang ada di Indonesia, maka dari itu program acara musik *Gentara* dituntut untuk tetap bertahan menghadapi persaingan antara program acara musik lainnya. Program acara musik *Gentara* yang menyajikan tayangan musik dangdut, tentu saja menjadi hal yang menarik, mengingat pada saat program *Gentara* ditayangkan, terdapat program acara pesaing yang menayangkan acara musik populer yakni *Dahsyat RCTI* dan *Inbox SCTV* yang memiliki *rating* dan *share* yang tinggi. Akan tetapi meskipun kedua program tersebut memiliki *rating* dan *share* yang tinggi, program acara musik *Gentara* masih bisa tetap mempertahankan eksistensinya dengan menyajikan tayangan musik dengan *genre* yang berbeda.

---

<sup>2</sup> [www.tabloidbintang.com/articles/film-tv-musik/kabar/10431-6](http://www.tabloidbintang.com/articles/film-tv-musik/kabar/10431-6), tanggal 30 November 2016 jam 12.20

Seiring berjalannya waktu, saat ini mulai bermunculan program acara yang serupa dengan program acara musik *Gentara* salah satunya yaitu *D Box* yang ditayangkan di Indosiar sejak tanggal 19 September 2016. Program acara ini juga merupakan program acara musik yang menampilkan lagu-lagu dangdut seperti halnya *Gentara*. *D Box Indosiar* ini tayang setiap hari Senin sampai Jumat pada pukul 15.30 WIB dengan durasi 90 menit sedangkan *Gentara* tayang setiap hari Minggu pada pukul 08.30 WIB dengan durasi 60 menit. Dengan durasi yang lebih panjang, tentu *D Box Indosiar* lebih memiliki banyak segmen dan pengisi acara dibandingkan dengan *Gentara*.

Tim kreatif menyusun strategi untuk dapat bertahan di tengah maraknya program acara musik terutama musik dangdut. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengkaji strategi kreatif yang digunakan dalam produksi program acara musik *Gentara*. Untuk memfokuskan penelitian, maka peneliti mengambil judul penelitian “*Strategi Kreatif Produksi Program Acara Musik Gentara Di MNCTV Episode Stadion Rawa Badak*”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas, maka didapatkan rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini yaitu bagaimana strategi kreatif produksi program acara musik *Gentara* di MNC TV episode Stadion Rawa Badak?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan merupakan sesuatu yang hendak dicapai dalam setiap kegiatan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi kreatif produksi yang digunakan produser dalam program acara musik *Gentara* di MNCTV khususnya pada episode Stadion Rawa Badak.

### **D. Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan penyiaran televisi sebagai salah satu rekomendasi untuk menerapkan strategi kreatif yang tepat dalam memproduksi suatu program acara guna mempertahankan eksistensinya. Selain itu dapat digunakan sebagai bahan kajian pustaka, informasi dan referensi bagi pihak-pihak akan melakukan penelitian yang serupa dengan penelitian ini.

### **E. Tinjauan Pustaka**

Dalam melakukan penelitian ini, diperlukan beberapa literatur yang sesuai dengan objek yang akan dikaji baik berupa buku maupun skripsi yang pernah ada. Beberapa buku dan skripsi tersebut antara lain :

#### **1. Sumber Buku**

*Menjadi Sutradara Televisi* karangan Naratama (2004). Seperti pada judulnya, buku terbitan Grasindo ini memaparkan tentang pengertian sutradara televisi, perannya, serta hubungan dengan produser dan penulis naskah. Selain itu buku ini juga memaparkan deskripsi

format acara dari hal teknis seperti persiapan syuting, *floor plan*, *camera*, serta menyutradarai berbagai macam format program acara televisi. Di dalam buku ini juga dipaparkan mengenai tiga belas elemen strategi kreatif yang digunakan dalam memproduksi sebuah program acara. Pada penelitian ini nantinya juga ingin mengkaji dan menganalisis tiga belas elemen strategi kreatif pada program acara musik *Gentara*, sehingga buku ini menjadi referensi yang penting bagi penelitian ini.

*Dasar-Dasar Produksi Program Televisi* karangan Fred Wibowo (1997). Buku ini memberikan gambaran tentang dasar pengetahuan mengenai bagaimana menciptakan program televisi yang baik. Selain itu buku ini juga menjelaskan tentang tanggung jawab produser dan pencipta program untuk dapat menghasilkan program yang baik. Di dalam buku ini juga terdapat tahapan produksi mulai dari praproduksi, produksi dan pasca produksi yang nantinya digunakan sebagai referensi untuk mengkaji tahapan produksi program acara musik *Gentara* episode Stadion Rawa Badak.

*Metodologi Penelitian Kualitatif* karangan H. B. Sutopo (2006). Buku ini menjelaskan tentang dasar-dasar dalam penelitian kualitatif mulai dari penjelasan, teori penunjang, pengumpulan data, analisis data hingga pelaksanaan penelitian kualitatif dan membuat laporan penelitian kualitatif. Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif. Oleh sebab itu buku ini



menjadi referensi yang sangat penting bagi penelitian ini. Hal tersebut dikarenakan paparan mengenai metode penelitian kualitatif digunakan oleh peneliti sebagai pedoman penyusunan penelitian.

## 2. Sumber Penelitian

*Strategi Program Dalam Upaya Mempertahankan Rating pada Program Talk Show Ceriwis di Trans TV* penelitian Pratika Dyah Vivanda (2014), mahasiswa program studi Televisi dan Film ISI Surakarta. Penelitian ini menjabarkan tentang strategi program acara *Ceriwis* di Trans TV yang sudah bertahan selama 10 tahun dalam upaya mempertahankan *rating*. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa program acara *Ceriwis* mengalami beberapa kali pergantian konsep dan pembawa acara. Tidak hanya itu program ini juga awalnya bersetting di dalam studio, seiring berjalannya waktu proses produksinya pun dilakukan di luar studio. Meskipun penelitian ini juga akan mengkaji mengenai strategi kreatif program sebuah acara televisi, akan tetapi penelitian ini tidak sama dengan penelitian Pratika Dyah Vivanda. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Pratika Dyah Vivanda dengan penelitian ini terletak pada objek kajiannya. Objek kajian penelitian ini adalah program acara berformat musik yaitu program *Gentara*, sedangkan penelitian Vivanda objek kajiannya adalah program berformat *talkshow* yaitu program acara *Ceriwis*.

*Strategi Kreatif Produser dalam Mempertahankan Eksistensi Program D akwah Mamah & Aa' Ber-Aksi di Stasiun Televisi Indosiar*

penelitian Inayatul Fitriah (2014), mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Program acara *Mamah &Aa' Ber-Aksi* merupakan program dakwah unggulan yang dimiliki oleh stasiun televisi Indosiar. Program acara ini berformat *talkshow* yang menghadirkan narasumber untuk memberikan inspirasi. Persamaan penelitian Inayatul Fitriah dengan penelitian yang akan dikaji ini adalah sama-sama menggunakan tigabelas elemen strategi kreatif yang dikemukakan oleh Naratama untuk mempertahankan eksistensi program acara. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek kajian. Pada penelitian Inayatul Fitriah objek kajiannya adalah program dakwah *Mamah &Aa' Ber-Aksi*, sedangkan objek penelitian ini adalah program acara musik *Gentara*.

## **F. Kerangka Teori**

Dalam penelitian Strategi Kreatif Produksi Program Acara Musik *Gentara* di MNCTV Episode Stadion Rawa Badak ini menggunakan beberapa kerangka teori. Kerangka teori tersebut mencakup Program Acara Musik, Strategi Kreatif dan Tahap Pelaksanaan Produksi.

### **1. Program Acara Musik**

Program hiburan terbagi dua yaitu program drama dan nondrama.<sup>3</sup> Program drama merupakan suatu format acara televisi yang diproduksi dan diciptakan melalui proses imajinasi kreatif dari kisah-

---

<sup>3</sup> Rusman Latief dan Yusiatie Utud. *Siaran Televisi Non-Drama*. Jakarta: Prenadamedia, 2015 (hal 6-7)

kisah drama atau fiksi yang direkayasa dan dikreasi ulang. Sedangkan program nondrama adalah format program yang sangat fleksibel, karena terdiri dari unsur drama dan jurnalistik yang dikombinasikan menjadi satu program. Salah satu yang termasuk program nondrama adalah program acara musik. Program acara musik adalah format acara televisi menyajikan pertunjukan musik dari satu/ banyak penyanyidan pemain musik, diselenggarakan di lokasi *indoor* maupun *outdoor*, dimana produksi televisi harus menggunakan sistem rekaman multikamera.<sup>4</sup>

Musik merupakan kebutuhan manusia secara universal yang tidak pernah berdiri sendiri lepas dari masyarakat.<sup>5</sup> Jenis musik di Indonesia pun beragam, seperti musik pop, *jazz*, *rock*, campursari, dan juga dangdut. Tidak dipungkiri musik juga banyak digemari setiap orang. Banyak para pembuat program acara pun akhirnya membuat program acara musik untuk mendapatkan banyak perhatian dari penonton.

Fred Wibowo mengungkapkan bahwa menciptakan program musik dapat menggunakan berbagai macam format. Yang paling umum biasanya digunakan format musik klip.<sup>6</sup> Variasi ilustrasi pemandangan atau suatu suasana lewat efek atau animasi sebagai latar belakang, dipadu dengan penyanyi dan *back voice* nya merupakan format klip

---

<sup>4</sup> Andi Fachruddin. *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi*. Yogyakarta: Andi Offset, 2015 (hal 74)

<sup>5</sup> Boedhisantoso, S. *Kesenian Dan Nilai-Nilai Budaya*. Jakarta: Depdikbud, 1982, (hal 23)

<sup>6</sup> Fred Wibowo, *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher, 2007, (hal 60)

yang konvensional. Format lain biasanya menggunakan bentuk *live show*. *Stage* atau panggung, baik *indoor* di dalam gedung maupun *outdoor* di suatu lapangan, dengan tata pencahayaan yang warna-warni, dibuat lebih heboh dengan laser dan *camera movement* yang sangat cepat gerakannya. Dalam hal ini yang perlu dipikirkan adalah penonton di rumah tidak hanya ingin menonton suasana melainkan juga artisnya.

Penelitian ini nantinya akan mendeskripsikan format program acara musik *Gentara*. Penulis memiliki asumsi dasar bahwa program acara musik *Gentara* merupakan program berformat musik. Akan tetapi penulis harus melakukan wawancara kepada produser untuk menanyakan perihal format program acara musik *Gentara*. Oleh sebab itu jika nantinya penulis mendapatkan jawaban mengenai format program acara musik *Gentara*, maka penulis akan menganalisis format program acara tersebut dengan paparan teori yang dikemukakan oleh Fred Wibowo sebelum mendeskripsikan format program acara *Gentara*.

## **2. Strategi Kreatif Produksi Program**

Dalam industri penyiaran, strategi digunakan dalam berkompetisi dengan stasiun penyiaran lain dalam rangka memperebutkan audiens. Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya



menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.<sup>7</sup>

Namun demikian, karena industri penyiaran merupakan industri kreatif, sehingga strategi yang digunakan pun, harus strategi yang kreatif. Menurut Fred Wibowo, kunci sukses dari setiap program televisi sebagian berkat perencanaan dan sikap kreatif menjadi faktor yang paling penting dalam memproduksi program televisi.<sup>8</sup> Sedangkan menurut Renald Kasali, strategi kreatif bagi stasiun televisi adalah orientasi pemasaran yang diberikan kepada orang-orang kreatif dalam membuat suatu program.<sup>9</sup> Dari kutipan Renald Kasali tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa secara umum, strategi kreatif dalam televisi berkaitan erat dengan pemasaran. Pemasaran disini bukan hanya berkaitan dengan iklan akan tetapi berkaitan juga dengan penonton. Dimana dalam membuat suatu program, tim kreatif harus benar-benar dapat menarik perhatian penonton ataupun pengiklan.

Menurut Naratama ada 13 elemen strategi kreatif yang digunakan dalam produksi program acara, yaitu:<sup>10</sup>

a. Target Penonton

Seorang produser perlu mengkaji secara teliti tentang target penonton sebelum merencanakan suatu program, yaitu

<sup>7</sup> Onong Uchana Effendy. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 1986 (hal 97)

<sup>8</sup> Fred Wibowo. *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher, 2007, (hal 21)

<sup>9</sup> Renald Kasali. *Manajemen Periklanan*. Jakarta: Gramedia, 1992 (hal 81)

<sup>10</sup> Naratama. *Menjadi Sutradara Televisi: Dengan Single dan multi kamera*. Jakarta: PT Grasindo, 2004 (hal 111-118)



segmen penonton yang menjadi sasaran program. Target penonton tersebut terdiri dari target usia, jenis kelamin dan status sosial. Klasifikasi target penonton tersebut diuraikan sebagai berikut:

- 1) Target Usia, penggolongan segmentasi audiens berdasarkan usia, menurut Keputusan KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) Nomor 009/SK/KPI/8/2004 tentang pedoman perilaku penyiaran dan standar program siaran KPI, pasal 65 yaitu:<sup>11</sup>
  - a) Klasifikasi A: siaran untuk anak-anak dengan khalayak berusia di bawah 12 tahun.
  - b) Klasifikasi R: siaran untuk remaja khalayak berusia 12 – 18 tahun
  - c) Klasifikasi D: siaran untuk dewasa khalayak berusia > 18 tahun.
  - d) Klasifikasi SU: siaran untuk khalayak semua Umur.
- 2) Jenis Kelamin, yaitu terdiri dari laki – laki dan perempuan.
- 3) Status Sosial, pendapatan seseorang akan menentukan di kelas sosial mana dia berada dan kedudukan seseorang dalam kelas sosial akan mempengaruhi kemampuannya mengakses

---

<sup>11</sup> Askurifai Baksin. *Jurnalistik Televisi: Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media 2006 (hal 235)

pada sumber-sumber daya.<sup>12</sup> menurut Lloyd Warner, kelas sosial dapat dibagi menjadi enam bagian yaitu:

- a) Kelas atas atas (A+)
- b) Kelas atas bagian bawah (A)
- c) Kelas menengah atas (B+)
- d) Kelas menengah bawah (B)
- e) Kelas bawah bagian atas (C+)
- f) Kelas bawah bagian bawah (C)

b. Bahasa Naskah

Bahasa naskah merupakan kata-kata yang digunakan dalam sebuah naskah. Bahasa naskah tersebut perlu menjadi perhatian karena berkaitan dengan target penonton yang akan dituju. Apabila bahasa naskah tidak sesuai dengan target penontonnya maka dapat menjadi salah satu faktor kegagalan dalam program tersebut.

c. Format Acara

Format acara televisi adalah sebuah perencanaan dasar dari suatu konsep acara televisi yang akan menjadi landasan kreativitas dan desain produksi yang akan terbagi dalam berbagai kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa

---

<sup>12</sup> Morissan. *Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Tangerang: Ramdina Prakarsa. 2005 (hal 152)

acara tersebut.<sup>13</sup> Format acara televisi, oleh Naratama dibedakan menjadi 3, yaitu drama/fiksi (contoh: drama percintaan, legenda, komedi, horror, dan sebagainya), nondrama/nonfiksi (contoh: musik, *talkshow*, *variety show*, kuis, *game show*, dan sebagainya), dan berita/*news* (contoh: berita, *sport*, dan *feature*).

d. *Punching Line*

Punching line adalah kejutan - kejutan dalam dialog naskah yang dimainkan oleh para pemain yang sengaja dituliskan untuk menghentak perhatian penonton yang mulai jenuh dan bosan. Kejutan naskah dapat berupa komedi, celetukan, pertanyaan, tangisan, dan ungkapan peribahasa.<sup>14</sup> Hal tersebut biasanya dilakukan ketika penonton mulai merasa jenuh di tengah acara dan memerlukan hentakan emosi dari dialog naskah.

e. *Gimmick and Funfare*

Untuk menarik selera penonton agar tidak pindah ke *channel* televisi lain, maka sering kali menggunakan *gimmick* pada segmen tertentu. *Gimmick* adalah trik - trik yang digunakan untuk mendapatkan perhatian penonton dalam bentuk *sound effect*, musik ilustrasi, adegan *suspense* (tegang), mimik, ekspresi dan akting pemain, *jokes* (kelucuan), teknik editing dan

---

<sup>13</sup> Naratama. *Menjadi Sutradara Televisi Dengan Single dan Multicamera*. Jakarta: PT Grasindo. 2013 (hal 68)

<sup>14</sup> Naratama (2013: 126)

penggerakan kamera.<sup>15</sup> Sedangkan *funfare* adalah puncak acara yang dimeriahkan dengan kegembiraan, kemewahan, keindahan, dan kebersamaan kru dan artis yang diletakkan pada akhir program dimana seluruh penyanyi dan pengisi acara naik ke atas panggung dan bernyanyi bersama-sama.<sup>16</sup>

f. *Clip Hanger*

*Clip hanger* adalah sebuah *scene* atau *shot* yang diambangkan karena adegan terpaksa dihentikan oleh *commercial break* (iklan). *Scene* adegan yang menarik atau mengakibatkan penasaran tersebut sengaja dipersiapkan. Misalnya, dalam program acara dokumenter televisi seperti *Jelajah Trans TV* dimana *host* yang memandu acara telah sampai pada suatu lokasi dan sengaja di *cut* oleh iklan, namun sebelum masuk iklan biasanya diberi gambar atau *shot* yang menarik dan menegangkan seperti dipatok ular, dll.

g. *Tune and Bumper*

*Opening tune* merupakan identitas pembuka acara dengan durasi 30 detik sampai 2,5 menit, dan bumper adalah identitas perantara acara dengan durasi 5 detik. *Tune and bumper* harus dibuat semenarik mungkin agar tidak cepat membuat kejenuhan dari penonton. Hal tersebut disebabkan *tune and bumper* akan

---

<sup>15</sup> Naratama (2013: 127)

<sup>16</sup> Naratama (2013: 127)

diputar ulang setiap pemutaran dan penonton akan hafal setiap bentuk desain keduanya.

h. Penataan Artistik

Tata artistik merupakan salah satu unsur penting dalam sebuah program televisi. Penataan artistik dalam setiap program acara tidak sama, hal ini karena penataan artistik disesuaikan dengan jenis program acara dan kebutuhan acara yang diproduksi. Pada penataan artistik pertelevisian dibutuhkan kreativitas dengan mencari berbagai referensi dan memperbaharunya agar memperoleh suasana yang tidak melebar dari tema acara yang ingin disajikan. Selain itu dengan adanya penataan artistik juga menjadi panduan bagi kameramen dalam menentukan *blocking* pengambilan gambar.

i. *Music and Fashion*

Pada sebuah program acara televisi, selain memperhatikan isi siaran, penonton juga memperhatikan kostum dan tata rias yang digunakan oleh pengisi acara. Selain itu juga musik yang ada pada program acara tersebut tak luput dari perhatian penonton. Kedua hal tersebut sering terlupakan oleh sutradara televisi yang umumnya hanya sibuk memikirkan akting, naskah hingga ke teknik-teknik produksi.

j. Ritme dan Birama Acara



Ibarat sebuah lagu, acara televisi harus mempunyai *Intro*, *Refrain*, *Coda*, dan Improvisasi yang dibungkus dalam sebuah aransemen musik. Dalam sebuah naskah drama maupun nondrama, setiap ketuk birama dan ritme acara dari awal hingga akhir harus sudah diperhitungkan, hal ini untuk mengantisipasi reaksi dan sikap penonton. Untuk memperjelas ritme dan birama acara tersebut dapat membuat grafik *flow* acara.

k. Logo dan *MusicTrack* untuk *IDTune*

Sebuah program acara televisi harus mempunyai logo dan *music track* (musik untuk identitas acara) yang mudah dinikmati dan juga familiar bagi penonton. Untuk itu musik yang digunakan biasanya *easy listening* dengan lirik yang tidak terlalu banyak. Begitu juga logo yang digunakan biasanya dibuat semenarik mungkin dan juga dapat mewakili dari keseluruhan program acara tersebut.

l. *General Rehearsal*

Yaitu latihan yang dilakukan sebelum proses produksi berlangsung. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir kesalahan yang mungkin terjadi ketika produksi. Hal yang perlu diperhatikan dalam proses *general rehearsal* adalah:<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> [www.dikiumbara.wordpress.com/2008/page/2/](http://www.dikiumbara.wordpress.com/2008/page/2/)

### 1) *Timing*

*Timing* dalam suatu acara harus diprediksi seakurat mungkin. Panduan waktu yang digunakan berupa *rundown* yang dibuat pada proses praproduksi. Pengaturan waktu harus benar-benar diperhitungkan *minute by minute* serta *second by second* terlebih jika produksi tersebut dalam format *live*.

### 2) *Briefing Performers*

Pengisi acara merupakan salah satu elemen penentu bagus tidaknya suatu acara televisi. Untuk itu pengisi acara dituntut harus bisa secara total melakukan adegan serta dialog sesuai dengan naskah. Oleh sebab itu *briefing* perlu dilakukan pada seluruh pengisi acara.

### 3) *Props*

Properti merupakan salah satu bagian dari artistik yang harus dipersiapkan pada saat gladi bersih. Properti bisa berupa set penataan panggung maupun alat-alat yang digunakan pada saat produksi. Oleh sebab itu, diperlukan perhatian agar tidak terjadi kesalahan dalam proses produksi.

### 4) *Shot Arrangement*

*Shot arrangement* bisa dilakukan pada saat gladi bersih. Hal ini dilakukan berdasarkan perencanaan yang dibuat dalam tahap praproduksi. Dengan dilakukannya *shot*

*arrangement* ini, penataan artistik serta penataan lampu dapat dilihat apakah sudah sesuai dengan perencanaan.

#### 5) *Audio and Lighting*

Penataan *audio* dan *lighting* harus menjadi perhatian dalam sebuah produksi audio visual. Selain sebagai penambah cahaya, penataan lampu juga dapat digunakan untuk membentuk atmosfer sesuai dengan yang diinginkan untuk menghasilkan kualitas yang baik, penataan suara juga dilakukan agar suara yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik.

#### m. *Interactive Program*

Yaitu suatu percakapan atau interaksi timbal balik dengan pemirsa di rumah. Bila program acaranya adalah siaran langsung maka acara tersebut dapat dikemas dengan kuis interaktif atau *Q&A (Question and Answer)* yang dapat disajikan dengan menampilkan pembawa acara atau tulisan grafis. Sedangkan jika program acaranya *taping* maka interaktif program dapat dilakukan melalui *email*, *fax*, surat dan *sms*. Selain digunakan untuk mengetahui minat pemirsa terhadap suatu tayangan, interaktif dengan pemirsa juga bermanfaat untuk pengembangan ide – ide kreatif acara selanjutnya. Dengan adanya interaktif dengan pemirsa, pemirsa akan merasa dilibatkan dan semakin tertarik pada program bersangkutan.

Paparan mengenai strategi kreatif program di atas merupakan teori yang penting bagi peneliti. Hal tersebut dikarenakan penelitian ini pada dasarnya akan mengkaji strategi kreatif program acara musik *Gentara*. Oleh sebab itu teori mengenai strategi kreatif program menjadi acuan bagi peneliti untuk menganalisis strategi kreatif program acara musik *Gentara*.

### 3. Tahap Pelaksanaan Produksi

Untuk memproduksi program televisi ada standar kerja yang disebut dengan *standart operation procedure* (SOP) yang berfungsi sebagai acuan dalam tahapan proses produksi. Proses proses program televisi merupakan pekerjaan kolektif yang melibatkan banyak orang yang memiliki keterampilan atau keahlian yang berbeda satu sama lainnya, bekerja bersama dalam satu kesatuan kerja.<sup>18</sup> Tahapan produksi berdasarkan SOP terdiri dari tiga bagian, antara lain :

#### a. Praproduksi

Praproduksi adalah tahapan pelaksanaan pembahasan dan pencarian ide, gagasan, perencanaan, pemilihan pengisi acara, lokasi dan kerabat kerja.

#### b. Produksi

Setelah perencanaan dan persiapan selesai barulah pelaksanaan produksi dimulai. Pengertian produksi sendiri adalah upaya mengubah naskah menjadi bentuk audio video (AV). Produksi

---

<sup>18</sup> Rusman Latief dan Yusiatie Utud. *Siaran Televisi Non-Drama*. Jakarta: Prenadamedia, 2015 (hal 145)

berupa pelaksanaan perekaman gambar (*taping*) atau siaran langsung (*live*). Pada program acara yang berformat *live*, seluruh *shot* akan dicatat dengan menyertakan *timecode* dan isi adegan sehingga mempermudah saat proses editing.

c. Pasca Produksi

Pasca produksi adalah tahapan akhir dari proses produksi program sebelum *on air*. Pada tahap ini terdapat proses editing yang terdiri dari editing *offline*, editing *online* dan *mixing*. Setelah seluruh rangkaian produksi selesai serta *rating* dan *share* telah diketahui, proses evaluasi dilakukan.

## G. Metode Penelitian

### 1. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah program acara musik *Gentara* yang di tayangkan oleh stasiun televisi MNCTV setiap hari Minggu pukul 08.30-09.30 WIB. Dalam satu bulan program acara musik *Gentara* ini ditayangkan satu kali secara *live* dan selebihnya berupa tayangan *taping*.

### 2. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek dengan tujuan membuat deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual



dan akurat mengenai fakta-fakta atau fenomena yang diselidiki.<sup>19</sup> Samiaji Sarosa mengungkapkan bahwa hasil akhir yang ingin dicapai oleh penelitian kualitatif adalah mampu menjelaskan hubungan sebab akibat suatu fenomena dan menggeneralisir hasil penelitian dengan kemampuan prediktif terhadap fenomena serupa di tempat lain.<sup>20</sup> Penelitian ini difokuskan untuk mencari data berkaitan dengan strategi kreatif program acara musik *Gentara* MNCTV yang diperoleh dari hasil wawancara dengan tim kreatif dan produser dari program acara tersebut. Setelah strategi kreatif dideskripsikan nantinya peneliti akan menganalisis unsur-unsur strategi kreatif program. Setelah data dianalisis, data kemudian disajikan secara deskriptif kualitatif.

### 3. Sumber Data

#### a. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan oleh peneliti sebagai objek penulisan.<sup>21</sup> Sumber utama yang nantinya akan dijadikan bahan kajian untuk dianalisis. Sumber data primer dalam penelitian ini berupa hasil deskripsi copy video tayangan *Gentara* episode Stadion Rawa Badak pada tanggal 28 Februari 2016 yang didapat dari tim kreatif dan produser program acara musik *Gentara* MNCTV.

Selain itu sumber data primer juga didapat dari hasil wawancara

<sup>19</sup> Convelo G. Cevilla, dkk, *Pengantar Metode Penelitian*, Jakarta : Universitas Indonesia, 1993 (hal 73)

<sup>20</sup> Samiaji Sarosa. *Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar*. Jakarta: Indeks , 2012

<sup>21</sup> Husein Umar. *Metode Riset Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003 (hal 56)

terhadap narasumber yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat seperti wawancara dengan tim kreatif dan produser program acara musik *Gentara* MNCTV. Metode wawancara mendalam dipergunakan untuk memperoleh data dengan metode Proses wawancara dilaksanakan pada tanggal 16 - 22 Mei 2016 di kantor pusat MNCTV Pintu II TMII Pondok Gede Jakarta Timur.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder menurut Sugiyono adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen.<sup>22</sup> Sumber data sekunder dalam penelitian ini berupa *handbook* data profil MNCTV yang didapat dari MNCTV dan juga beberapa artikel yang berkaitan dengan penelitian ini seperti artikel tentang teguran *Gentara* oleh Komisi Penyiaran Indonesia, artikel tentang sejarah program acara musik *Gentara*.

4. Teknik cuplikan (*sampling*)

Teknik *sampling* dalam penelitian kualitatif jelas berbeda dengan penelitian yang nonkualitatif. Dalam penelitian kualitatif sangat erat kaitannya dengan faktor-faktor kontekstual. Dalam hal ini Lexy J Moleong mengungkapkan *sampling* yang dimaksud adalah menjangar sebanyak mungkin informasi dari pelbagai macam sumber dan

---

<sup>22</sup> Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta. 2005 (hal 62)

bangunannya.<sup>23</sup> Pada penelitian ini pengambilan *sampling* dilakukan melalui teknik *purposive sampling* dengan memilih satu episode yang dianggap dapat mewakili pengumpulan data. *Purposive sampling* adalah kecenderungan peneliti untuk memilih informannya berdasarkan posisi dengan akses tertentu yang dianggap memiliki informasi yang berkaitan dengan permasalahannya secara mendalam dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data yang mantap.<sup>24</sup>

Periode pemilihan episode dimulai dari tanggal 27 Desember 2015 sampai dengan 28 Februari 2016. Dalam rentan waktu tersebut terdapat 10 episode dengan *rating* dan *share* sebagai berikut :

Tabel 1. *Rating Dan Share Program Acara Musik Gentara*  
Sumber : Tim kreatif *Gentara* 2016

No	Tanggal	<i>Rating</i>	<i>Share</i>
1	27 Desember 2015	0,6	4,8
2	3 Januari 2016	0,6	4,9
3	10 Januari 2016	0,6	4,9
4	17 Januari 2016	0,9	7,4
5	24 Januari 2016	0,9	6,6
6	31 Januari 2016	0,6	4,5
7	7 Februari 2016	0,7	5,9
8	14 Februari 2016	0,9	7,4
9	21 Februari 2016	0,8	6,8
10	28 Februari 2016	1,2	8,3

Dari beberapa episode yang dikumpulkan akhirnya dipilihlah satu episode, yaitu episode pada tanggal 28 Februari 2016 yang

<sup>23</sup> Lexy J Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2012, (hal 224)

<sup>24</sup> HB Sutopo (2006:64).

betempat di Stadion Rawa Badak. Pemilihan episode ini dikarenakan pada saat penelitian ini berlangsung episode ini memiliki *rating* dan *share* yang lebih tinggi dibandingkan dengan episode yang lain. Berdasarkan informasi yang didapat dari tim kreatif dan produser program acara musik *Gentara* pada episode Stadion Rawa Badak ini memiliki *rating* 1,2 dan *share* 8,3 dari target yang telah ditentukan oleh MNCTV yaitu untuk *rating* 1,5 dan *share* 9.

## 5. Teknik Pengumpulan Data

Beragam sumber data dalam penelitian kualitatif menuntut cara atau teknik pengumpulan data tertentu yang sesuai dengan sumber datanya guna mendapatkan data yang diperlukan untuk bisa menjawab permasalahannya.<sup>25</sup> Dalam penelitian ini digunakan beberapa teknik pengumpulan data, antara lain :

### a. Kajian Dokumen

Pengkajian dokumen dilakukan dengan cara mengamati data-data yang telah dikumpulkan baik berupa dokumen data maupun *video copy* tayang. *Video copy* tayang bukti siar yang didapatkan dari MNCTV tersebut dilihat berulang dan dikaji sesuai dengan teori dan konsep yang ditentukan kemudian menulis hasil observasi tersebut ke dalam kertas dengan menggunakan bolpen.

### b. Wawancara

---

<sup>25</sup> HB Sutopo (2006: 66).

Wawancara menurut Lexy J Moleong adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak yaitu yang mengajukan pertanyaan (pewawancara) dan yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (narasumber).<sup>26</sup> Narasumber dalam penelitian ini antara lain adalah tim *programming*, tim kreatif dan produser program acara musik *Gentara*. Proses wawancara mulai dilakukan secara berkala. Pada awal penelitian dilakukan wawancara tidak langsung melalui media sosial berupa *email* dan *whatsapp* mulai tanggal 6 april 2016 sampai 16 maret 2017 yang kemudian dirubah menjadi transkrip.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara secara langsung yang dilaksanakan pada tanggal 16 – 22 mei 2016 di kantor pusat MNCTV yang beralamatkan di Pintu II TMII Pondok Gede Jakarta Timur. Wawancara ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh data yang signifikan mengenai strategi yang digunakan tim kreatif dan produser dalam memproduksi program acara musik *Gentara*. Dalam proses wawancara mendalam ini terdapat dua orang yang menjadi narasumber yaitu produser program acara musik *Gentara* yang bernama Satriyo Ayoedianto dan salah seorang dari tim kreatif program acara musik *Gentara* yaitu Albertus Angga. Peralatan yang digunakan dalam proses wawancara adalah alat perekam berupa *recorder*

---

<sup>26</sup> Lexy J Moleong (2012: 186)



Zoom h4n untuk merekam percakapan mulai dari awal sampai akhir dan buku catatan untuk mencatat hal-hal penting yang terjadi saat wawancara berlangsung.

Untuk mengetahui lebih dalam mengenai program-program MNCTV, peneliti juga melakukan wawancara melalui *email* yang ditujukan kepada Ami dan Mega selaku tim *programming* MNCTV. Wawancara tersebut dilakukan pada tanggal 1-18 Februari 2017. Hasil wawancara ini berupa rekaman suara yang kemudian diubah menjadi transkrip. Data yang diperoleh dari hasil wawancara tersebut nantinya akan digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini.

## **6. Analisis Data**

### **a. Reduksi Data**

Reduksi data menurut H.B Sutopo merupakan komponen pertama dalam analisis yang merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, dan abstraksi dari semua jenis informasi yang tertulis lengkap dalam catatan lapangan (*fieldnote*).<sup>27</sup> Dalam penelitian ini, proses reduksinya berupa pemilihan beberapa hasil data wawancara dengan produser dan tim kreatif dan hasil data pengamatan *copy* tayang episode Stadion Rawa Badak yang bisa mewakili apa yang penting menjadi sebuah data yang diperlukan.

---

<sup>27</sup> H.B Sutopo (2006: 114)

#### b. Sajian Data

Sebagai komponen analisis kedua, sajian data merupakan suatu rakitan organisasi informasi, deskripsi, dalam bentuk narasi lengkap yang untuk selanjutnya memungkinkan simpulan penelitian dapat dilakukan.<sup>28</sup> Dalam penelitian ini proses penyajian data adalah hasil dari reduksi data yang kemudian disajikan. Data disajikan secara deskriptif berupa paparan secara detail mengenai strategi kreatif yang digunakan produser program acara musik *Gentara*. Sajian data ini juga dilengkapi dengan kutipan wawancara dan cuplikan gambar program acara musik *Gentara*.

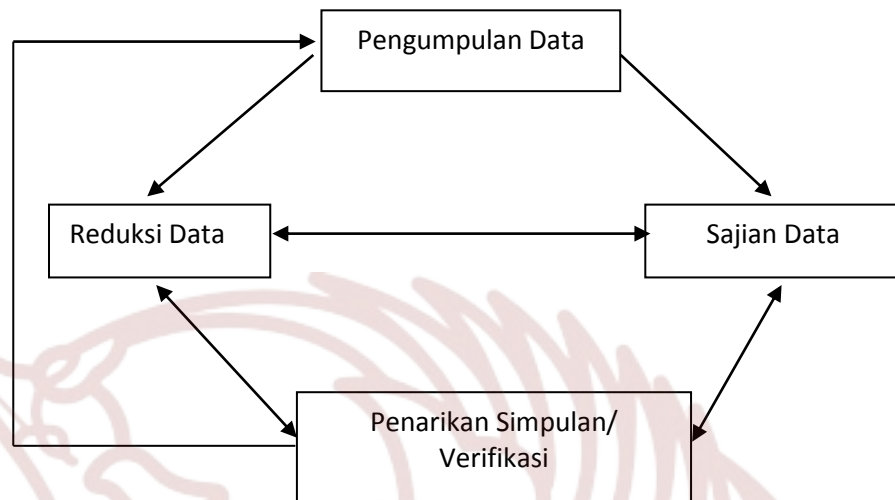
#### c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Setelah melakukan proses reduksi dan sajian data maka proses selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Verifikasi menurut HB Sutopo adalah aktivitas pengulangan untuk tujuan pemantapan dan penelusuran data yang mana biasanya terjadi pada waktu menulis sajian data dengan melihat kembali catatan penelitian di lapangan.<sup>29</sup> Hal ini sangat penting karena pada tahap ini hasil akhir yang didapat merupakan hasil yang harus dipertanggungjawabkan.

---

<sup>28</sup> HB Sutopo (2006: 114).

<sup>29</sup> HB Sutopo (2006: 116)



Bagan 1. Skema analisis interaktif  
(Sumber : HB. Sutopo, 2006)

Dari paparan dan skema analisis di atas, maka dapat disimpulkan bahwa proses analisis data dalam penelitian ini adalah mereduksi data yaitu pemilihan episode yang telah dipilih adalah episode Stadion Rawa Badak tanggal 28 Februari 2016 di Lapangan Rawa Badak. Setelah itu, kemudian disajikan ke dalam sebuah data mengenai strategi kreatif yang digunakan oleh produser program acara musik *Gentara*. Dan untuk pemantapan dan keabsahan data, proses penarikan kesimpulan dan verifikasi dilakukan.

## H. Sistematika Penulisan Laporan

Dalam penelitian ini, disajikan dalam susunan empat bab yang pada masing-masing bab terdiri dari sub bagian dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

**BAB I. PENDAHULUAN.** Bab ini berisi tentang pendahuluan yang mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II. DESKRIPSI OBJEK KAJIAN.** Bab ini berisi tentang objek penelitian yaitu latar belakang MNCTV, sejarah program *Gentara* di MNCTV dan sponsor *Kuku Bima*.

**BAB III. STRATEGI KREATIF PRODUKSI PROGRAM ACARA MUSIK GENTARA EPISODE STADION RAWA BADAK.** Bab ini berisikan tentang pembahasan penelitian yaitu deskripsi dan hasil analisis strategi kreatif program acara musik *Gentara* di MNCTV.

**BAB IV. PENUTUP.** Bab ini berisi kesimpulan pembahasan yang merupakan jawaban rumusan masalah penelitian serta saran yang berkaitan dengan penelitian ini.

Pada bagian akhir penelitian ini juga disertai daftar pustaka dan lampiran yang berkaitan dengan penelitian sebagai bahan pendukung dari penelitian ini.

## **BAB II**

### **DESKRIPSI OBJEK KAJIAN**

#### **A. Latar Belakang MNCTV**

MNCTV merupakan salah satu stasiun televisi swasta di Indonesia. Pada awalnya MNCTV bernama TPI (Televisi Pendidikan Indonesia) yang didirikan oleh Siti Hadijanti Rukmana pada tahun 1990. Program siaran TPI adalah berbagai siaran dengan televisi milik pemerintah yaitu TVRI, hingga pada akhirnya pada tahun 90an berpisah dari TVRI dan berganti fokus ke penyiaran acara musik dangdut, kuis dan sinetron hingga TPI berganti singkatan menjadi Televisi Paling Indonesia.

PT Cipta TPI merupakan perusahaan swasta ketiga yang mendapatkan izin penyiaran televisi pada tanggal 1 Agustus 1990 dan sebagai stasiun televisi pertama yang mendapatkan izin penyiaran secara nasional. TPI mulai beroperasi secara komersial sejak tanggal 23 Januari 1991. Dan sekitar bulan Juli 2006, Media Nusantara Citra (MNC) mengakuisisi 75% saham TPI sehingga pada TPI resmi bergabung menjadi salah satu televisi yang dikelola MNC yang juga merupakan induk dari RCTI dan Global TV.

Berdasarkan izin Menteri Penerangan No. 127/E/RTF/K/VII/1990, MNCTV merupakan salah satu pelopor stasiun televisi swasta di Indonesia yang mulai mengudara tahun 1990 dan menggunakan nama baru sejak 20 Oktober 2010 serta telah menjangkau 158 juta pemirsa di seluruh Indonesia. Riset Nielsen memaparkan ditengah persaingan industri televisi pertelevisian



yang semakin ketat, MNCTV berhasil mencapai posisi pertama dengan 16,6% audience *share* naik pada April 2005.<sup>30</sup> Sejak awal, MNCTV telah membuktikan diri sebagai stasiun televisi yang paling jeli dalam menangkap selera dan kebutuhan masyarakat Indonesia, stasiun televisi yang benar-benar menampilkan citra Indonesia, mengedepankan tayangan-tayangan aman untuk dinikmati seluruh keluarga.

Program Acara di MNCTV sangatlah beragam, oleh sebab itu target audiens dari MNCTV adalah semua segmen dan semua umur, tergantung pada kategori program yang ditayangkan yaitu “D” untuk dewasa, “R” untuk remaja, “BO” untuk semua program acara yang membutuhkan bimbingan orang tua, dan “SU” untuk program acara yang bisa disaksikan oleh semua umur. Para pemirsa dinilai berdasarkan *Social Economic Status* yaitu suatu pola pemetaan pemirsa berdasarkan tingkat pengeluaran belanja per bulan. TPI yang sekarang menjadi MNCTV terbukti sebagai stasiun televisi yang mampu merebut hati sebagian besar pemirsa dari kelas C dan D yaitu kelas dimana para pemirsa yang mempunyai populasi terbesar seperti para pekerja informal, kaum buruh, dan ibu rumah tangga.<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> [www.mnctv.com](http://www.mnctv.com) (diakses tanggal 5 Desember 2016) jam 14.09 WIB

<sup>31</sup> Sony Set. *Menjadi Perancang Program Televisi Profesional*. Yogyakarta: Andi Offset, 2008 (hal 51)

## **B. Program Acara Musik *Gentara***

### **1. Sejarah Program Acara Musik *Gentara***

Sejak awal kehadirannya, MNCTV terus melakukan inovasi dengan menayangkan berbagai program unggulan yang diprioritaskan pada produk-produk lokal yang justru menjadi sebuah kekuatan tersendiri. Beragam judul program acara telah dibuat salah satunya adalah *Gentara*. Program *Gentara* diproduksi pada tahun 2008. Judul program *Gentara* pada saat itu adalah Grebek Pasar 17. Program *Gentara* awalnya diproduksi sebagai rangkaian perayaan ulang tahun TPI yang ke 17. Acara ini bertujuan untuk memberikan hiburan sekaligus juga kejutan bagi para pedagang dan pembeli di pasar-pasar yang dituju. Program ini ditayangkan tanggal 20-23 Januari 2008 dengan dua kali jam tayang yaitu pukul 10.15 WIB dan 16.15 WIB dengan durasi 15 menit. Lokasi pasar yang dituju yaitu pasar tradisional yang berada di Jabodetabek seperti Pasar Majestik Kebayoran Lama, Pasar Baru Bekasi, Pasar Depok Jaya, Pasar Induk Cipinang dan Pasar Anyar.

Acara Grebek Pasar 17 ini mendapatkan respon yang baik dari penonton sehingga pihak TPI melanjutkan program tersebut sebagai program reguler pada tahun yang sama dengan nama Grebek Pasar. Selain itu pihak TPI menjadikan acara Grebek Pasar 17 sebagai program acara reguler karena *rating* dan *share* acara tersebut yang

bagus dikarena pada saat itu belum ada program acara sejenis pada saat acara ini berlangsung.<sup>32</sup>

Program acara Grebek Pasar berlangsung selama tahun 2008 hingga 2012. Setelah mengalami perjalanan panjang akhirnya tim dari Grebek Pasar ingin meluaskan jangkauan tidak hanya berlokasi di pasar-pasar tetapi juga ingin memeperluas hingga ke seluruh nusantara. Hingga akhirnya pada tahun 2012 Grebek Pasar berganti nama menjadi Grebek Nusantara. Pada dasarnya Grebek Pasar dan Grebek Nusantara berkonten sama, hanya saja pada Grebek Nusantara terjadi banyak inovasi seperti penambahan *games* dan *gimmick* tetapi tetap mempertahankan format awal program acara ini yaitu musik. Dalam setiap penayangan Grebek Nusantara sering menyebutnya sebagai *Gentara*, hingga pada tahun 2014 Grebek Nusantara berubah nama menjadi *Gentara* hingga saat ini.

## 2. Deskripsi Program Acara

*Gentara* merupakan sebuah program acara musik bergenre dangdut yang dimiliki MNCTV. Program acara ini merupakan program *semi blocking*<sup>33</sup> yang berformat *music entertainment*. Selama perjalanannya *Gentara* sering berubah jam tayang serta durasi tayang hingga di tahun 2016 ini *Gentara* memiliki durasi tayang 60 menit dan tayang setiap Hari Minggu pukul 08.30 dengan 3 kali *taping* dan 1 kali

<sup>32</sup> Wawancara dengan dengan Ayoediyanto selaku produser program *Gentara*, tanggal 17 Mei 2016

<sup>33</sup> Program *semi blocking* adalah program yang kepemilikannya sebagian dimiliki oleh sponsor. Jadi tujuan program tidak hanya untuk kepentingan share dan rating saja, tetapi untuk kepentingan iklan dari sponsor.

*live. Gentara* dipandu oleh beberapa pembawa acara antara lain Jenita Janet, Juan Rahman, dan Narji. Proses syuting program ini dilakukan pada hari Sabtu dan Minggu di akhir bulan. Dalam 1 hari dilakukan 2 kali syuting.

Konten acara dari *Gentara* selain menyajikan lagu-lagu dangdut juga terdapat VT (*Video Tape*) dari para sponsor. Selain itu *Gentara* juga memiliki sebuah *games* yang diberi nama “ Misi *Gentara* (Main Asyik di *Gentara*)“. *Games* dalam setiap episode *Gentara* selalu bervariasi, hal ini bertujuan agar tidak monoton. Selain *games*, *Gentara* juga memiliki segmen yang membedakan dengan program acara lainnya yaitu “Agen Terbaik” dimana telah dipilih dua orang penonton untuk diuji pengetahuannya. Permainan yang ada di *Gentara* bukanlah permainan yang hanya untuk para pembawa acara sendiri tetapi juga untuk penonton di rumah. Dalam segmen yang berisi permainan Agen Terbaik, *Gentara* ingin membuktikan bahwa setiap penonton *alay*<sup>34</sup> itu tidak hanya bisa berteriak dan berjoget saja tetapi juga memiliki pengetahuan yang luas.<sup>35</sup> Walaupun pada awalnya *Gentara* hanya menampilkan musik saja, tetapi seiring perjalanannya banyak sekali inovasi-inovasi yang dilakukan oleh tim kreatif dan produsernya.

---

<sup>34</sup> *Alay* adalah singkatan dari anak layangan, anak lebay, anak layu atau anak kelayapan yang menghubungkannya dengan anak jarpul (jarang pulang). Tapi yang paling santer adalah anak layangan. Dominannya, istilah ini untuk menggambarkan anak yang sok keren secara fashion, karya (musik) maupun kelakuan secara umum (menurut chaerunnisa) ([lupherblueniz.blogspot.co.id/2010/03/definisi-alay-menurut-para-ahli-kamus.html?m=1](http://lupherblueniz.blogspot.co.id/2010/03/definisi-alay-menurut-para-ahli-kamus.html?m=1)) diakses tanggal 5 des 2016 jam 12.20

<sup>35</sup> Wawancara dengan Albertus Angga selaku kreatif program *Gentara*, tanggal 16 Mei 2016

### 3. Pengisi acara

Pengisi acara merupakan salah satu pendukung yang sangat mempengaruhi sukses tidaknya dalam sebuah program acara. Pada program acara musik *Gentara* pengisi acaranya terdiri dari :

#### a. Pembawa Acara

Dalam program acara musik *Gentara* ini terdiri dari dua orang pembawa acara dan tiga orang pembawa acara pendamping yang dibagi dalam setiap episode. Dalam episode Stadion Rawa Badak ini, hanya terdapat dua orang pembawa acara dan satu orang pembawa acara pendamping yang jabarkan sebagai berikut:

##### 1) Jenita Janet

Jenita Janet mulai bergabung menjadi pembawa acara di *Gentara* pada tahun 2014. Jenita Janet merupakan satu-satunya pembawa acara wanita yang ada di *Gentara*. Posisi Jenita Janet dalam program acara musik *Gentara* ini adalah sebagai pembawa acara utama yang bertugas sebagai penengah konflik yang ditimbulkan oleh pembawa acara lainnya.





Gambar 1. Foto Jenita Janet

Sumber: <http://www.detik.com/hot/celeb/2618391/jenita-janet>

Pembawa acara *Gentara* satu ini memiliki nama lengkap Jeni Juliana yang lahir di Bandung tanggal 1 Juli 1987. Jeni Juliana memiliki nama panggung yaitu Jenita Janet. Awal karir Jenita Janet adalah sebagai seorang penyanyi dangdut bersama sebuah grup yaitu “Duo Racun”. Karena terjadi perbedaan pemikiran, maka Jenita Janet memutuskan untuk bersolo karier di tahun 2013 dengan mengeluarkan *single* perdananya yang berjudul “*Direject*”. Mulai saat itulah nama Jenita Janet mulai dikenal oleh masyarakat luas apalagi ditambah ciri khas nya yang selalu mengenakan rambut palsu yang berwarna warni dalam setiap penampilannya. Tidak hanya memiliki wajah yang cantik serta suara yang merdu, Jenita Janet juga mampu menjadi sebuah pembawa acara maupun pembawa acara pendamping di beberapa stasiun televisi.

## 2) Juan Rahman

Juan Rahman merupakan pembawa acara *Gentara* selain Jenita Janet. Juan mulai bergabung bersama *Gentara* sejak tahun 2015. Posisi Juan Rahman dalam *Gentara* ini selain sebagai pembawa acara, dia juga sebagai pemuncul *gimmick* yang *lebay*<sup>36</sup>.



Gambar 2. Foto Juan Rahman

Sumber :

<http://www.padanglawasutarajaya.blogspot.co.id/2014/01/video-clip-juan-rahman>

Juan Rahman lahir di Mandailing Natal tanggal 23 Juni 1989. Juan Rahman mengawali karirnya sebagai seorang finalis 5 besar dalam ajang Kontes Dangdut Indonesia 4 (KDI 4) yang diadakan oleh MNCTV. Setelah itu tawaran demi tawaran banyak yang menghampiri Juan baik untuk mengisi sebagai bintang tamu dalam sebuah program acara maupun menjadi pembawa acara pada suatu program acara baik secara *on air*

<sup>36</sup> *Lebay* adalah melebih-lebihkan sesuatu

maupun *off air*. Juan Rahman sekarang terdaftar sebagai salah satu artis yang dimiliki oleh Star Media Nusantara yaitu *management* yang menaungi artis-artis ibukota dibawah asuhan MNC group.

### 3) Narji

Selain pembawa acara, program acara musik *Gentara* juga memiliki pembawa acara pendamping yang diisi oleh Narji. Posisi Narji dalam program acara musik *Gentara* adalah selain sebagai pembawa acara pendamping yang juga terkadang sebagai pemuncul *gimmick* yang dapat membuat penonton menjadi tertawa. Biasanya Narji dan Juan selalu berselisih dan kemudian didamaikan oleh Jenita Janet.



Gambar 3. Foto Narji

Sumber : <http://www.showbiz.liputan6.com/read/2501884>

Sunarji atau yang akrab disapa Narji merupakan salah satu komedian ternama di Indonesia yang lahir di Brebes tanggal 10 Agustus 1977. Awal karir Narji dimulai saat dia

mulai tergabung dalam sebuah trio lawak yang bernama "Cagur" yang terdiri dari Narji, Wendy dan Deny. Kini Narji yang telah hengkang dari Cagur pun memilih untuk bersolo karir dengan membintangi beberapa iklan, sinetron maupun menjadi pembawa acara di beberapa program acara salah satunya adalah *Gentara*.

b. Bintang Tamu

Program acara musik *Gentara* selalu menghadirkan bintang tamu tersebut merupakan seorang penyanyi baik laki-laki maupun perempuan, penyanyi senior maupun junior. Tidak hanya seorang penyanyi, *Gentara* juga sering menghadirkan band-band yang membawakan lagu-lagu dangdut maupun irama melayu.

c. *Home Band*

Dalam setiap penayangannya, *Gentara* memiliki band pengiring atau *home band* yang selalu setia di setiap episodenya. Band pengiring ini bernama "Queen Big Band" sudah bergabung dengan *Gentara* sejak tahun 2012. Personil dari *home band* tersebut terdiri dari dua orang *backing vocal*, dua orang pemain *keyboard*, dua orang pemain gitar, satu orang pemain gitar bas, satu orang pemain perkusi, satu orang pemain drum, satu orang pemain suling, satu orang pemain ketipung, dan yang terakhir satu orang pemain *saxophone*. Queen Big Band ini lah yang selalu mengiringi bintang tamu dalam setiap penampilan di *Gentara*.



#### 4. Tata Artistik

Tata Artistik dalam program acara musik *Gentara* ini meliputi setting panggung, kostum dan penataan cahaya yang akan dijabarkan sebagai berikut:

##### a. Setting panggung

Program acara musik *Gentara* merupakan sebuah program yang menggunakan setting lokasi luar studio. Walaupun selalu berpindah lokasi di setiap episodenya, akan tetapi set panggung yang digunakan pada program acara musik *Gentara* selalu sama.



Gambar 4. Setting Panggung  
Sumber *capture Copy Tayang Gentara*, 2016

Setting yang paling terlihat dari acara musik *Gentara* adalah panggung. Panggung dengan warna ungu dan putih ini memiliki bentuk yang membulat pada kedua sisi kanan dan kirinya. Panggung *Gentara* dihiasi dengan latar belakang berupa logo



*Gentara* dengan ukuran yang cukup besar. Pada samping kanan dan kiri logo *Gentara* tersebut dikelilingi oleh tiga logo sponsor, *Kuku Bima Ener-G* sebagai sponsor utama berposisi paling atas, sedangkan dibawahnya logo Telon Lang serta Tolak Linu Herbal pada kanan dan kiri. Pada atap panggung tersebut terdapat logo MNCTV.

Mulai tahun 2016 home band *Gentara* tidak diposisikan di atas panggung. Oleh karena itu panggung *Gentara* tidak dilengkapi dengan alat musik kecuali apabila terdapat bintang tamu dari acara *Gentara* merupakan grup band. Posisi penonton pun selalu berada didepan panggung di belakang pagar pembatas. Terkadang saat ada masa *off air* dari salah satu artis yang tampil, maka beberapa penonton tersebut ditempatkan tepat di depan panggung masuk ke dalam pagar pembatas.

#### b. Kostum

Dalam setiap penampilannya, seorang pengisi acara baik pembawa acara maupun artis selalu mengenakan wardrobe dan make up yang terbaik. Kostum dalam arti sebenarnya adalah lemari dinding tempat menyimpan pakaian, namun dalam istilah televisi dan film istilah wardrobe langsung dikaitkan pada masalah pakaian atau kostum pemain itu sendiri.<sup>37</sup> Memilih pakaian untuk sebuah pertunjukan film atau televisi bukanlah hal yang mudah, selain

<sup>37</sup> Diki Umbara.wordpress.com/category/tata-artistik/ (diakses tanggal 5 Desember 2016)

harus memiliki *sense of art*, seorang penata kostum juga harus memiliki kemampuan yang baik. Pada program acara musik *Gentara*, konsep wardrobe yang digunakan cenderung sederhana dan *casual* karena acara ini ditayangkan pada pagi hari.

#### c. Penataan Cahaya

Penataan tata cahaya mampu mempengaruhi penafsiran penonton, karena tata cahaya yang baik akan mampu menciptakan suasana yang menyentuh emosi penonton.<sup>38</sup> Penataan cahaya pun ada yang untuk lokasi indoor dan outdoor. Pada program acara musik *Gentara* yang berlokasi di luar studio (*outdoor*) penataan cahayanya sangat terbantu oleh adanya sinar matahari, walaupun begitu penataan cahaya yang menggantungkan sinar matahari hasilnya bisa menjadikan pencahayaan tidak rata akibat sering terhalang oleh bayangan pepohonan atau bayangan lainnya. Maka dari itu pada saat jalannya produksi tim dari *Gentara* menggunakan lampu spot yang diletakkan di sisi kanan dan kiri panggung.

### 5. Pembagian Segmen

Dalam setiap episode, *Gentara* terdiri dari empat segmen. Pada awal segmen yang pertama merupakan pembukaan yang dilakukan oleh pembawa acara dan pengenalan tema. Biasanya dilanjutkan dengan lagu pertama, *gimmick* dan lagu kedua. Pada segmen kedua terdiri *gimmick*, *vt* dari sponsor utama yaitu *Kuku Bima Ener-G* dan segmen Misi

<sup>38</sup> Darwanto Sastro Subroto. *Produksi Acara Televisi*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press. 1994 (hal 383)

*Gentara* (Main Asyik di *Gentara*) dan satu buah lagu. Kemudian pada segmen ketiga terdiri dari buah lagu dan segmen Agen Terbaik serta *gimmick* dari para pembawa acara. Pada segmen keempat atau segmen terakhir terdiri dari *gimmick* pembawa acara, vt dari *co* sponsor dan kemudian ditutup dengan satu buah lagu.

### **C. Program Acara Musik *Gentara* Episode Rawa Badak**

#### **1. Deskripsi program acara Musik *Gentara* episode Rawa Badak**

Program acara musik *Gentara* episode Rawa Badak merupakan program acara musik *Gentara* episode yang ke empat di tahun 2016 ini. Proses produksi episode Rawa Badak ini dilakukan di Stadion Rawa Badak Jakarta Utara pada tanggal 21 Februari 2016 serta tayang pada tanggal 28 Februari 2016. Pada episode ini terdapat 5 orang bintang tamu, yaitu Nita Thalia, Via Valen, Uut Permatasari, Rizka Antika dan Ilir 7. Tidak hanya artis yang bernyanyi, tetapi juga diantara mereka ada juga yang turut bermain dalam "Misi *Gentara* ( Main Asyik di *Gentara*)" dan "Agen Terbaik". Selain itu pada episode ini juga terdapat vt (*video tape*) dari sponsor yaitu *Kuku Bima Ener-G* dan *Telon Lang*.

#### **2. Setting lokasi**

Episode rawa badak yang mengangkat tema negeri dongeng ini tentu juga berpengaruh terhadap setting lokasi. Dalam episode ini lokasi bertempat di Stadion Rawa Badak Jakarta Utara ini, panggung musik

*Gentara* dihiasi dengan properti yang sesuai dengan tema negeri dongeng.



Gambar 5. Properti Pada Panggung *Gentara*  
Sumber : *Capture Copy Tayang Gentara*, 2016

Miniatur istana dengan warna abu – abu dan sebuah miniatur rumah berwarna merah muda yang dikelilingi oleh bunga dengan beberapa jenis yang disusun menyerupai sebuah taman ditambahkan pada set panggung *Gentara* untuk memperkuat nuansa negeri dongeng.

### 3. Tema

Program acara musik *Gentara* dalam setiap episodenya selalu mengangkat tema yang berbeda. Tema ini biasanya selalu berkaitan dengan sesuatu yang sedang populer atau bisa juga mengangkat momen yang sedang terjadi.

Tema Negeri Dongeng ini dipilih karena ide spontan dari para tim kreatif. Untuk memperkuat suasana layaknya di negri dongeng, para pembawa acara pun mengenakan kostum ala Disney yaitu Narji



mengenakan pakaian *Aladin*, Jenita Janet mengenakan pakaian *Snow White* sedangkan Juan Rahman mengenakan pakaian Pangeran *Cinderella*. Tidak hanya pada kostum melainkan juga setting pada panggung dibuat miniatur kerajaan ala *Disney*.

#### 4. Pembagian segmen

Seperti pada episode yang lainnya, pada episode di Stadion Rawa Badak Jakarta Utara ini juga terbagi menjadi 4 segmen. Keempat segmen tersebut dimulai dengan segmen pertama sebagai pembuka acara sekaligus pengenalan tema yang diangkat. Segmen kedua dan ketiga merupakan inti dari episode Rawa Badak ini yang berisi permainan serta musik. Sedangkan segmen keempat yang juga merupakan segmen terakhir menjadi penutup dari *Gentara* episode rawa badak ini. Adapun *rundown* program acara musik *Gentara* disajikan dalam gambar berikut ini :

##### a. Segmen 1 (08.30.00 – 08.37. 45) - 7 Menit

Pertama adalah OBB (*Opening Bumper Break*) *Gentara* selama 15 detik kemudian dilanjutkan dengan lagu pertama yang dibawakan oleh Nita Thalita dengan judul Tarik Selimut selama 3 menit 30 detik. Setelah lagu usai dilanjutkan dengan *opening* pembawa acara bersanding dengan *banner* dari sponsor yaitu *Kuku Bima Ener-G* sekaligus untuk memperkenalkan tema pada hari itu selama 1 menit. Setelah *opening* berlangsung dilanjutkan *gimmick* dari para pembawa acara yang masih berkaitan dengan tema yang



dibahas sebelumnya selama 3 menit. Setelah itu dilanjutkan dengan penampilan bintang tau berikutnya yaitu Via Valen yang membawakan lagu Morena selama 3 menit 30 detik dan dilanjutkan ke *bumper out* selama 5 detik.

b. Segmen 2 (08.44.50 – 08.54.18) - 8 Menit

Pada segmen 2 setelah *Bumper In* selama 5 detik, lalu dilanjutkan dengan *opening* pembawa acara Jenita Janet, Juan Rahman dan Narji yang setelah itu memanggil dua orang bintang tamu yaitu Nita Thalia dan Rischa Antika untuk bermain di Misi *Gentara* (Main Asik di *Gentara*) durasi ini selama 20 detik lalu dilanjutkan dengan *bumper splash* “Misi *Gentara*” selama 3 detik. Pada Misi *Gentara* ini membutuhkan dua orang peserta yang akan turut bermain bersama artis. Dalam Misi *Gentara* ini seorang peserta akan dipasangkan dengan seorang artis kemudian sang artis harus menggigit stik es krim yang kemudian di atasnya disusun dadu oleh seorang peserta dengan mata tertutup. Dadu yang paling banyak dan yang paling lama bertahan adalah yang keluar sebagai juaranya pada Misi *Gentara* ini dengan durasi 3 menit. Setelah itu dilanjutkan dengan VT (*video tape*) Haru Biru (*Kuku Bima*). Dalam vt ini pembawa acara Jenita Janet dan Juan Rahman mendatangi seorang Laskar Mandiri *Kuku Bima* yang bernama Sukrat yang berprofesi sebagai penjaga masjid. Dalam VT ini Jenita juga memperkenalkan produk-produk dari *Kuku Bima Ener-G* yang

bervarian rasa. VT ini berdurasi 2 menit 30 detik dan ditutup dengan lagu Pergi Pagi Pulang Pagi yang dinyanyikan oleh Uut Permatasari dengan durasi 3 menit 30 detik kemudian *bumper out* dengan durasi 5 detik.

c. Segmen 3 (09.01.23 – 09.11.58) - 10 Menit

Segmen ini diawali dengan *bumper in* dengan durasi 5 detik setelah itu langsung dibuka dengan kolaborasi ketiga artis yaitu Uut Permatasari, Nita Thalia dan Rischa Antika dengan lagu Sik Asik. Lagu ini berdurasi 3 menit 30 detik. Setelah lagu usai, Jenita Janet dan Narji *in frame* dan kemudian kemudian menantang ketiga artis tersebut untuk bermain di “Agen Terbaik “dengan melontarkan beberapa pertanyaan yang harus dijawab dengan cepat. Setelah itu pembawa acara memanggil dua orang “Agen *Gentara*” dan kemudian melontarkan beberapa pertanyaan kepadanya. Dalam “Agen Terbaik “ ini berdurasi 3 menit. Setelah itu dilanjutkan dengan *gimmick* yang dilakukan oleh Juan dengan membawa *property* tikar dan kemudian mengungkapkan bahwa Narji bukanlah Aladin yang sebenarnya dengan durasi 1 menit kemudian dilanjutkan *bumper out* 5 detik.

d. Segmen 4 (09.19.03 – 09.29.38) - 10 Menit

Pada segemen ini diawali dengan bumper in selama 5 detik kemudian dilanjutkan dengan VT dari sponsor Telon Lang dengan durasi 1 menit. Setelah VT dari Telon Lang lalu masuk ke lagu

keempat yang dibawakan oleh Rizka Antika dengan lagu Abang Goda yang berdurasi 3 menit 30 detik. Dilanjutkan dengan *gimmick* Juan Rahman dan Ratu (*misteri guest*) selama 2 menit dan ditutup oleh seluruh pembawa acara selama 1 menit. Lagu terakhir yang sekaligus untuk *closing* adalah lagu Jangan Nakal Sayang yang dibawakan oleh Ilir 7.

#### **D. Sponsor Kuku Bima Ener-G**

*Gentara* merupakan sebuah program acara *semi blocking* dengan sponsor *Kuku Bima*. Berhubungan dengan hal tersebut, selain untuk memenuhi kebutuhan dari *share* dan *rating* yang telah ditentukan dari stasiun televisi program acara musik *Gentara* juga harus mengakomodir kebutuhan dari *Kuku Bima*. Peran *Kuku Bima* sangat berpengaruh dalam program acara musik *Gentara* untuk memilih pembawa acara, bintang tamu, pemilihan kostum sampai dengan *senggak-an*.



Gambar 6 : Logo *Kuku Bima Ener-G*

Sumber : [www.portalkinantan.com/tag/kuku-bima-ener-g/](http://www.portalkinantan.com/tag/kuku-bima-ener-g/) diakses tanggal 5 Desember 2016

*Kuku Bima* merupakan salah satu produk minuman energi yang bermanfaat sebagai suplemen penambah stamina bagi pria dan wanita. *Kuku Bima* sendiri merupakan produk yang dihasilkan oleh PT Sido Muncul yang telah berhasil menyandang gelar *Top Brand* pada tahun 2008.<sup>39</sup>

*Kuku Bima* menjadi satu sponsor yang sangat setia kepada *Gentara*. Hal ini didasari oleh kesamaan target dari *Gentara* dan *Kuku Bima*. *Gentara* fokus dalam konten program sedangkan *Kuku Bima* fokus dalam penjualan produk. Kerjasama ini dimulai dari sekitar tahun 2009 dimana *Gentara* masih menyandang nama Grebek Pasar.<sup>40</sup>

---

<sup>39</sup> Sidomuncul.com/product/kuku-bima-ener-g-2 (diakses tanggal 13 Juli 2016 jam 11.33 wib)

<sup>40</sup> Wawancara dengan Ayoedianto selaku Produser program acara musik *Gentara*, tanggal 19 Mei 2016

**BAB III**

**STRATEGI KREATIF PRODUKSI PROGRAM ACARA MUSIK**

**GENTARA EPISODE STADION RAWA BADAK**

Untuk memproduksi program acara yang terbaik, para produser dan tim kreatif selalu mempersiapkan sematang mungkin agar para penonton dapat menikmatinya. Proses demi proses pun dilakukan oleh tim kreatif mulai dari persiapan praproduksi, produksi hingga akhir produksi. Dalam setiap tahapan tersebut, terdapat berbagai elemen yang didalamnya selalu terdapat sebuah strategi kreatif. Strategi-strategi selalu digunakan untuk mendapatkan hasil yang terbaik. Episode yang diamati dalam penelitian ini adalah episode pada bulan Februari 2016. Pada episode tersebut *rating* dan *share* yang diperoleh sangat bervariasi antara *rating* 0,7 sampai 1,2 dan *share* 5,9 sampai 8,3. Pada episode Stadion Rawa Badak tanggal 28 Februari 2016 ini memiliki *rating* dan *share* yang lebih tinggi dari beberapa episode sebelumnya. Tentu saja hal tersebut tidak bisa dilepaskan dari strategi yang disusun dan diterapkan tim kreatif dalam produksi program acara *Gentara*. Berikut akan dijabarkan elemen-elemen strategi kreatif yang dilakukan oleh produser dan tim kreatif pada tiap tahapan dalam produksi program acara musik *Gentara*.



## A. Praproduksi

### 1. Pencarian Ide

Sebelum membuat sebuah program acara, haruslah mempersiapkan ide. Ide dari *Gentara* sendiri sangatlah *simple* yaitu produser ingin membuat sebuah program acara yang bisa mendekatkan diri kepada penonton. Program acara musik dipilih karena jenis program tersebut dapat dengan mudah menarik minat masyarakat untuk melihat. Pemilihan artis Ibu kota yang jarang dilihat secara langsung oleh para penonton juga turut menjadi daya tarik untuk memikat perhatian masyarakat untuk menyaksikan *Gentara* secara *off air*. Pemilihan musik dangdut menjadi salah satu kekuatan program acara musik *Gentara* karena *Gentara* menampilkan lebih banyak musik dangdut dibandingkan dengan program acara musik sejenis pada jam tayang yang sama. Selain itu musik dangdut dinilai mempunyai massa atau penggemar yang banyak. Dengan adanya penyediaan dan estimasi dana di awal, tim *Gentara* menjadi tau berapa besar pengeluaran dan bagaimana mengelola biaya yang sudah dianggarkan. Selain itu dengan adanya hal tersebut juga dapat menghemat waktu karena tidak harus selalu melakukan *meeting* sebelum produksi untuk membahas mengenai biaya.

### 2. Perencanaan dan Persiapan

Setelah ide didapat, kemudian melakukan sebuah perencanaan dan persiapan sebelum produksi dilaksanakan. Perencanaan dan persiapan tersebut dijabarkan sebagai berikut :

a. Penyediaan dan Estimasi Dana

Penyediaan dana dari *Gentara* ini berkaitan dengan sponsor yang langsung dikelola oleh tim marketing dan tim *programming* MNCTV. Biaya produksi *Gentara* dibuat estimasi selama 1 tahun yang terdiri dari 54 episode. Estimasi biaya terdapat perbedaan pada setiap lokasi yang menjadi tempat produksi. Estimasi biayanya terdiri dari akomodasi, biaya transportasi untuk *crew* dan artis, biaya penginapan *crew* dan artis, konsumsi dan biaya sewa atau pengiriman alat yang akan digunakan pada saat proses syuting. Dengan adanya teknik produksi *taping* dan *live* pada acara *Gentara* ini bisa sangat memakan biaya produksi yang meliputi akomodasi dan transportasi kru dan artis, transportasi set panggung, perijinan dan lain sebagainya. Sehingga dengan adanya teknik produksi tersebut bisa menghemat biaya.

b. Teknik Produksi

Jenis teknik produksi program televisi yaitu *taping* dan *live*. Program acara musik *Gentara* melakukan produksi 4 episode dalam setiap kota, dengan perencanaan di hari Sabtu melakukan produksi sebanyak 2 episode secara *taping* dan pada hari Minggu melakukan produksi secara *live* dan kemudian dilanjutkan *taping* sebanyak 1 episode. Proses tersebut dilakukan untuk penekanan biaya produksi karena lokasi produksi *Gentara* yang berada di luar kota membutuhkan biaya yang besar. Penayangan *taping* di satu kota akan

nantinya bisa ditukar dengan hasil *taping* di kota lain agar penayangan *Gentara* terkesan berpindah tempat setiap minggunya.

c. Pemilihan Lokasi

Pemilihan lokasi pada program acara musik *Gentara* melalui dasar dari stasiun televisi MNCTV. Pemilihan lokasi produksi *Gentara* berdasarkan Tim *research* dari MNCTV yang ada di berbagai kota. Selain dari tim *research* juga dari pemancar penerimaan MNCTV di masing-masing kota, apakah baik ataukah buruk.<sup>41</sup> Selain dari pemilihan kota tersebut, strategi pemilihan lokasi program acara musik *Gentara* juga melalui riset data penonton *on air* maupun *off air* dari kota tersebut banyak atau tidak.

Pemilihan lokasi tersebut juga mempertimbangkan kelayakan teknis pemancar MNCTV di kota tersebut. Strategi pemilihan lokasi dengan adanya pemilihan kota-kota yang bukan kota utama dapat menjadikan program acara musik *Gentara* ini lebih dikenal dipelosok daerah. Karena selain untuk penekanan biaya, hal tersebut juga media promosi *Gentara* di daerah-daerah di Indonesia agar bisa lebih mengenal *Gentara*. Pada awal lokasi *Gentara* hanya dipusatkan pada pasar-pasar. Karena tim dari *Gentara* tidak hanya ingin berlokasi di daerah pasar, maka sesuai dengan nama nya Grebek Nusantara, *Gentara* ingin lebih luas jangkauan lokasi nya seperti alun-alun pada sebuah kota maupun sebuah lapangan.

---

<sup>41</sup> Wawancara dengan Ayoedianto selaku Produser program acara musik *Gentara*, tanggal 19 Mei 2016

Pemilihan kotanya mulai tahun 2013 beralih dari ke kota utama yang ada di Indonesia menjadi ke kota-kota yang kedua atau ketiga yang sedang berkembang dikota itu. Misalkan kota utamanya Semarang, maka kota kedua dan ketiganya yang bisa dipilih seperti Salatiga, Ambarawa dan lain sebagainya.<sup>42</sup>

Dari pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa dengan adanya strategi pemilihan lokasi tersebut *Gentara* menjadi lebih dikenal oleh masyarakat luas, tidak hanya dikota-kota besar tapi juga dipelosok nusantara. Semakin banyak orang yang mengenal *Gentara* maka akan semakin banyak pula penggemar yang selalu setia menyaksikan *Gentara* disetiap minggunya. Selain itu pemilihan lokasi seperti Alun-alun, Stadion dan Lapangan dirasa bisa menampung lebih banyak penonton. Sehingga penggemar *Gentara* bisa puas menikmati setiap acara.

#### d. Pemilihan Pengisi Acara

Proses selanjutnya yang dilakukan adalah membuat *request* artis. Dalam setiap produksi biasanya dipersiapkan beberapa nama artis atau penyanyi dangdut yang siap untuk mengikuti syuting. Biasanya dipersiapkan 10 artis dan lalu dibagi ke setiap episodenya. Setiap episode biasanya terdiri dari 4 sampai 5 artis pengisi acara. Pemilihan artis tersebut bisa menggunakan beberapa kriteria, seperti berdasarkan asal atau daerah kelahiran artis, data *rating* dan *share*

---

<sup>42</sup> Wawancara dengan Ayoedianto selaku Produser program acara musik *Gentara*, tanggal 19 Mei 2016



artis yang akan dipilih, artis yang sedang tenar, artis yang sedang *booming* dan artis untuk pemenuhan kebutuhan *treatment* acara.

#### 1) Strategi Pemilihan Pembawa Acara

Strategi pemilihan pembawa acara program acara musik *Gentara* ini terdiri dari artis yang dikenal oleh masyarakat, berpotensi dan memiliki wajah yang cantik atau *camera face* saat berada di televisi. Program acara musik *Gentara* ini sendiri juga memiliki ciri khas khusus dalam pemilihan pembawa acara yaitu harus yang multitalenta yaitu selain dia bisa membawakan acara, dia juga harus bisa bernyanyi dan lain sebagainya.<sup>43</sup>

Pergantian *host* program acara musik *Gentara* adalah karena pembawa acara *Gentara* sebelumnya yaitu Saipul Jamil dan Super Emak dinilai sudah cukup lama berada di program acara ini. Sebenarnya Saipul Jamil dan Super Emak tersebut sudah sangat melekat dengan *Gentara*, akan tetapi Produser program acara musik *Gentara* ingin melakukan pembaharuan terhadap pembawa acara.<sup>44</sup>

Program acara musik *Gentara* ingin menciptakan *image* baru terhadap pembawa acara *Gentara* nantinya. Maka dari itu terpilih lah Jenita Janet yang sudah cukup dikenal oleh banyak

---

<sup>43</sup> Wawancaradengan Ayoedianto selaku Produser program acara musik *Gentara*, tanggal 19 Mei 2016

<sup>44</sup> Wawancaradengan Ayoedianto selaku Produser program acara musik *Gentara*, tanggal 19 Mei 2016



orang dengan rambutnya yang berwarna warni seperti *gulali*<sup>45</sup>. Terpilihnya Jenita Janet dikarenakan memiliki keunikan tersendiri yaitu ciri khas nya yang selalu menggunakan rambut *wig* berwarna-warni, selain itu juga karena berparas cantik dan tentunya bisa bernyanyi. Selain itu program acara musik *Gentara* juga menginginkan sosok yang seperti Saipul Jamil yang memiliki gaya berlebihan, maka terpilihlah Juan Rahman. Selain memiliki karakter yang diinginkan, Juan Rahman juga memiliki paras yang tampan, bisa bernyanyi dan memiliki suara yang bagus.<sup>46</sup>

Pemilihan pembawa acara pada program acara musik *Gentara* ini juga mendapatkan referensi dari Star Media Nusantara (SMN).<sup>47</sup> SMN sendiri merupakan sebuah *management* artis yang dianaungi oleh MNC Group. Pihak dari SMN menawarkan beberapa nama artis yang mungkin sesuai dengan apa yang dicari oleh pihak *Gentara*. Akan tetapi keputusan pemilihan nya tetap berada di produser, karena produser lebih mengerti kebutuhannya seperti apa.

Pemilihan pembawa acara dan pembawa acara pendamping ini didasarkan pada kesepakatan antara pihak

---

<sup>45</sup> *Gulali* adalah penganan yang dibuat sari air gula yang kental (Kbbi.web.id diakses tanggal 6 Juli 2017)

<sup>46</sup> Wawancaradengan Ayoedianto selaku Produser program acara musik *Gentara*, tanggal 19 Mei 2016

<sup>47</sup> Wawancaradengan Ayoedianto selaku Produser program acara musik *Gentara*, tanggal 19 Mei 2016

MNCTV dan pihak sponsor *Kuku Bima Ener-G*. Proses pemilihan pembawa acara adalah dari tim kreatif yang kemudian dikonsultasikan kepada produser, setelah produser menyetujuinya, produser memberikannya kepada Eksekutif Produser nya. Setelah disetujui oleh Eksekutif Produser, maka produser akan memberikannya kepada klien program acara musik *Gentara* yaitu *Kuku Bima EnerG*. Apabila pihak dari *Kuku Bima* sudah menyetujuinya maka dipilihlah pembawa acara tersebut, apabila belum maka produser akan memberikannya kepada tim kreatif yang kemudian akan diulangi lagi proses sebelumnya.

Dari penjelasan mengenai strategi pemilihan pembawa acara di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pemilihan pembawa acara dipengaruhi oleh klien *Kuku Bima*. Hal tersebut cukup membuat tim kreatif untuk berpikir ulang mengenai konsep yang telah dimilikinya dengan apa yang diinginkan oleh pihak sponsor. Penampilan pembawa acara yang terlihat cantik dan tampan menjadi poin yang sangat penting untuk kemasan program acara *Gentara*. Penampilan pembawa yang multi talent membuat program menjadi lebih atraktif, sehingga penonton tidak akan bosan untuk mengikuti setiap acara yang ditampilkan dalam program *Gentara*, selain itu juga membuat program terasa mengalir tanpa menunjukkan kesan monoton.

Pada episode tanggal 7 Februari 2016 pembawa acara terdiri dari Jenita Janet, Juan Rahman dan Saipul Jamil. Namun pada episode berikutnya Saipul Jamil digantikan oleh Narji karena tersangkut kasus pribadi. Dengan strategi dihadapkannya Narji, dapat menambah kelucuan serta keramaian program acara *Gentara*. Hal tersebut dibuktikan dengan meningkatnya *rating* dan *share* pada episode Stadion Rawa Badak tanggal 28 Februari 2016.

## 2) Strategi Pemilihan Bintang Tamu

Selain strategi pemilihan pembawa acara, strategi pemilihan bintang tamu juga menjadi strategi yang dilakukan oleh tim dari program acara musik *Gentara*. Bintang tamu atau penyanyi dalam setiap episodenya terdiri dari 4 orang penyanyi dangdut.

Pemilihan bintang tamu atau artis pada program acara musik *Gentara* ini adalah pemilihan dari tim kreatif yang kemudian dikonsultasikan dengan produser. Selain artis ibukota, *Gentara* terkadang juga menampilkan artis lokal dalam sebuah episode. Pemilihan artis lokal ini didasari hasil riset oleh tim karena dengan menggunakan artis lokal tersebut dapat menambah daya tarik penonton *off air*. Setelah beberapa nama artis sudah disetujui dari pihak produser, maka tim kreatif memberikannya kepada *talent* koordinator yang kemudian akan menghubungi para

artis tersebut. ketika sudah didapatkan nama-nama artis yang bisa tampil, maka tim kreatif membaginya ke dalam masing-masing episode.

Pada strategi pemilihan bintang tamu tidak ada ketentuan mengenai siapa saja bintang tamu yang akan tampil dalam program acara musik *Gentara*. Hal tersebut dirasa bintang tamu yang dipilih merupakan pemikiran dari tim kreatif yang kemudian dikonsultasikan dengan produser. Pada episode sebelumnya tanggal 7 Februari 2016 bintang tamu yang dihadirkan antara lain Tina Toon, Devy Berlian, Fitri Carlina dan Papinka Band. Sedangkan pada episode Stadion Rawa Badak tanggal 28 Februari 2016 menghadirkan bintang tamu Nita Talia, Via Valen, Uut Permatasari, Rizka Antika dan Ilir7 Band.

Bintang tamu juga berpengaruh terhadap penonton baik yang menyaksikan secara langsung maupun dari televisi. Sebagai contohnya Via Valen yang sangat banyak memiliki fans di setiap daerah sehingga pada episode Rawa Badak ini Vianisti (fans Via Valen) yang datang untuk menyaksikan secara langsung idolanya. Tidak hanya penyanyi yang sudah terkenal, penyanyi pendatang baru juga sering hadir di acara *Gentara*, seperti band Ilir7 yang terdapat di episode Rawa Badak ini. Dengan adanya penyanyi pendatang baru tersebut terkadang membuat penonton menjadi penasaran terhadap penyanyi tersebut. Lagu-lagu yang diciptakan

oleh para penyanyi pendatang baru mungkin sudah familiar karena dinyanyikan oleh penyanyi-penyanyi yang sudah terkenal, tapi mungkin belum banyak orang yang melihat bagaimana penampilan penyanyi aslinya. Oleh sebab itu strategi untuk menghadirkan penyanyi pendatang baru dirasa mampu membangkitkan rasa penasaran penonton.

### 3) Strategi Pemilihan *Homeband*

*Homeband* ini sudah menjadi bagian dari *Gentara* semenjak beberapa tahun yang lalu hingga saat ini. *Homeband* yang bernama *Queen Big Band* dipilih karena sudah pernah ada kerjasama sebelumnya antara pihak program acara musik *Gentara*. Kerjasama ini berlanjut dikarenakan *Queen Big Band* dianggap memiliki *improve* musik yang baik serta dapat diberi *request* lagu yang bersifat mendadak.<sup>48</sup>

Posisi atau *blocking homeband* juga mengalami perubahan, yaitu mulai tahun 2016 ini posisi *homeband* tidak lagi ditempatkan di atas *stage* melainkan di belakang *stage*. Perubahan ini memiliki alasan agar penataan panggung program acara musik *Gentara* ini terlihat lebih enak di depan kamera dan juga untuk mempermudah pergerakan artis untuk memainkan *treatment*.

*Queen Big Band* sudah lama bergabung pada program acara musik *Gentara* sebagai *homeband*. Menurut tim kreatif,

---

<sup>48</sup> Wawancara dengan Albertus Angga selaku Kreatif program acara musik *Gentara*, tanggal 10 Juni 2016



*Queen Big Band* sendiri cukup baik dalam mengiringi penyanyi yang akan tampil baik secara aransemen dan musikalitasnya. Terbukti pada saat pembawa acara membuka acara dalam episode ini, *homeband* tersebut memainkan *backsound* dengan irama padang pasir yang menunjukkan bahwa salah satu pembawa acara tersebut mengenakan kostum Aladin.

Pemindahan posisi *homeband* ke belakang panggung merupakan keputusan yang tepat karena panggung terlihat lebih luas tidak seperti ketika *homeband* berada di atas panggung yang membuat kesan lebih padat di dalam kamera serta pergerakan artis menjadi sangat terbatas.

Dari pemaparan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan *homeband* dapat meminimalisir biaya produksi karena jika tidak ada *homeband* artis atau penyanyi harus membawa pengiring sendiri sehingga biaya produksinya membengkak. Dengan digunakannya *homeband*, penyanyi tidak akan terlihat kaku dan dapat melakukan *improve* ketika tampil sehingga penonton akan tau kalo penyanyinya ini benar-benar bisa bernyanyi. Selain itu penyanyi yang diiringi langsung oleh band akan tampak lebih *all out* dibandingkan dengan yang menggunakan *minus one* yang terkesan seperti sedang bernyanyi karaoke.

e. Target penonton

Target penonton adalah memilih satu atau beberapa segmen audien yang akan menjadi fokus kegiatan-kegiatan pemasaran program dan promosi.<sup>49</sup> Target penonton merupakan hal awal yang harus dipikirkan sebelum menciptakan sebuah program acara. Biasanya pembuat program akan memikirkan kepada siapa acara tersebut ditujukan baik secara usia, jenis kelamin maupun status sosial. Begitu juga yang dilakukan oleh program *Gentara*. Target penonton dari program acara musik *Gentara* ini adalah dari kalangan status ekonomi menengah ke bawah. Untuk jenis kelamin yang menjadi targetnya adalah laki-laki dan perempuan, namun sebenarnya lebih didominasi oleh jenis kelamin laki-laki dari pada perempuan. Untuk target usia dari program acara musik *Gentara* adalah semua usia.<sup>50</sup>

Selain itu *Gentara* yang memiliki jam tayang setiap hari Minggu jam 08.30 juga sebagai strategi terhadap target penonton. Pemilihan jam tayang program acara musik *Gentara* di waktu Minggu pagi hari yaitu karena MNCTV ingin memberikan pilihan yang berbeda terhadap para pemirsa. Selain itu dari pertimbangan *programming* adalah tidak semua orang mau melihat tayang kartun atau animasi yang lebih mendominasi pada jam tayang tersebut.<sup>51</sup>

---

<sup>49</sup> Morrisan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, Jakarta : Kencana 2009, hal 193

<sup>50</sup> Wawancara dengan Albertus Angga selaku Kreatif program acara musik *Gentara*, tanggal 18 Mei 2016

<sup>51</sup> Wawancara dengan Ayoedianto selaku Produser program acara musik *Gentara*, tanggal 19 Mei 2016

Tabel 2. Jadwal Program Acara Tanggal 28 Februari 2016  
Sumber : [www.acara.co.id](http://www.acara.co.id), diakses tanggal 27 Januari 2017

SCTV		Indosiar		RCTI		ANTV		Trans TV		Trans 7		Global TV	
Jam	Nama Program	Jam	Nama Program	Jam	Nama Program	Jam	Nama Program	Jam	Nama Program	Jam	Nama Program	jam	Nama program
06.00 WIB	Inbox Karnaval	08.00 WIB	Power Ranger Dino Charge	08.00 WIB	Doraemon	07.30 WIB	Little Krishna	08.00 WIB	The Project	08.00 WIB	Modern Mom	08.00 WIB	Paw Patrol
09.00 WIB	Hot Shot	08.30 WIB	Yo Kai Watch	08.30 WIB	Doraemon Spesial	09.00 WIB	Balveer	08.30 WIB	My Trip My Adventure	08.45 WIB	Rumah Impian	09.00 WIB	Ninja GO
10.00 WIB	FTV (Dua Tukang Sunat Jatuh Cinta)	09.00 WIB	Motu Patlu	09.00 WIB	KIKO season 2	11.00 WIB	Dapur Mama Seru	09.30 WIB	Survivor	09.15 WIB	Dua Hijab	09.30 WIB	Super Wings
		10.00 WIB	Hot Issue Pagi	09.30 WIB	Dahsyat Weekend					10.00 WIB	Azis Berbagi		

Tabel jadwal program acara televisi di atas digunakan sebagai perbandingan pada jam tayang *Gentara* MNCTV dengan jadwal acara stasiun televisi lainnya seperti SCTV, Indosiar, RCTI, ANTV, Trans TV, Trans 7 dan Global TV.

Stasiun televisi SCTV menayangkan program acara musik *Inbox Karnaval* pada pukul 06.00 WIB, kemudian dilanjut program acara infotainment *Hot Shot* pada pukul 09.00 WIB dan program acara FTV (film televisi) dengan judul *Dua Tukang Sunat Jatuh Cinta* pada pukul 10.00 WIB. Sedangkan pada stasiun televisi Indosiar diisi dengan program acara anak *Power Ranger Dino Charge* pada pukul 08.00 WIB, *Yo Kai Watch* pada pukul 08.30 WIB, *Motu Patlu* pada pukul 09.00 dan dilanjut dengan program acara infotainment *Hot Issue Pagi* pada pukul 10.00 WIB.

Pada stasiun televisi RCTI diisi program acara anak *Doraemon* pada pukul 08.00 WIB, *Doraemon Spesial* pada pukul 08.30 WIB, *KIKO season 2* pada pukul 09.00 WIB dan dilanjutkan

deng program acara musik *Dahsyat Weekend* pada pukul 09.30 WIB. Pada stasiun televisi ANTV program yang tayang antara lain program acara anak *Little Krishna* pada pukul 07.30 WIB, dilanjutkan dengan program acara anak *Balveer* pada pukul 09.00 WIB dan program acara *Dapur Mama Seru* pada pukul 11.00 WIB.

Pada stasiun televisi Trans TV menayangkan program acara *The Project* pada pukul 08.00 WIB, dilanjut dengan program acara *My Trip My Advanture* pada pukul 08.30 WIB dan diikuti program acara *Survivor* pada pukul 09.30 WIB. Pada stasiun televisi Trans 7 menayangkan program acara *Modern Mom* pada pukul 08.00 WIB, dilanjut dengan program acara *Rumah Impian* pada pukul 08.54 WIB, kemudian program acara *Dua Hijab* pada pukul 09.15 WIB dan program acara *Aziz Berbagi* pada pukul 10.00 WIB. Pada stasiun televisi Global TV menayangkan program acara anak *Paw Patrol* pada pukul 08.00 WIB, *Ninja GO* pada pukul 09.00 WIB dan *Super Wings* pada pukul 09.30 WIB.

Dari berbagai program acara yang dipaparkan tabel di atas, pada jam tayang *Gentara* yaitu jam 08.30-09.30 WIB pada stasiun televisi Indosiar, RCTI, ANTV dan Global TV kebanyakan menayangkan program yang ditujukan untuk anak-anak, sedangkan pada stasiun televisi Trans TV dan Trans 7 menayangkan program acara yang ditujukan untuk keluarga. Sedangkan pada stasiun televisi SCTV menayangkan program musik *Inbox* yang juga



merupakan program acara musik seperti *Gentara*, tetapi program *Inbox* selesai pada pukul 09.00 WIB. Dengan demikian program *Inbox* dan *Gentara* berjalan secara *head to head* hanya selama 30 menit.

Untuk pemilihan jam tayang yang pagi hari dirasa sudah sesuai karena memang sebagai pilihan lain untuk para penonton yang juga ingin mendapatkan hiburan musik di pagi hari di waktu liburnya, selain itu dengan adanya program acara ini di pagi hari juga dapat membangkitkan semangat para penonton yang melihatnya.

Sesuai target penonton dari program acara musik *Gentara* yang di klasifikasi untuk semua usia, maka tim kreatif pun juga memasukkan bintang tamu baik penyanyi maupun penampil bakat yang merupakan seorang anak-anak, sebagai contoh pada saat berada di Garut terdapat penampilan pencak silat anak-anak. Selain itu juga ada penyanyi cilik yang ditampilkan di program acara musik *Gentara*. Penyanyi cilik tersebut juga merupakan putra dari seorang penyanyi dangdut. Akan tetapi lagu-lagu yang dibawakan oleh penyanyi cilik tersebut adalah lagu dangdut.<sup>52</sup> Jam tayang tersebut dirasa bisa menjadi pilihan untuk penonton. Bagi anak-anak, *Gentara* dapat menjadi alternatif hiburan selain tayangan animasi. Sedangkan untuk orang-orang dewasa, *Gentara* dapat menjadi pilihan hiburan setelah penat bekerja selama sepekan.

---

<sup>52</sup> Wawancara dengan Albertus Angga selaku Kreatif program acara musik *Gentara*, tanggal 16 Mei 2016



Dari pemaparan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa dengan mengusung target penonton keluarga, otomatis cakupan penonton menjadi lebih luas. Selain itu target penonton keluarga juga dapat menarik para pengiklan segala macam produk mulai dari produk bayi hingga dewasa. Oleh karena itu dengan target penonton tersebut kemasannya menjadi lebih fleksibel.

f. Bahasa naskah

Program acara musik merupakan sebuah program acara dimana di dalamnya berisikan lagu-lagu yang dibawakan oleh para penyanyi maupun band, baik di produksi dalam ruangan maupun diluar ruangan. Sebagai salah satu program acara berformat musik, bahasa naskah pada program acara musik *Gentara* hanya bersifat *semi script* atau berupa pointer-pointer saja pada *rundown*. Program acara musik *Gentara* menggunakan bahasa naskah berupa *treatment* atau *pointer* yang nantinya akan dikembangkan oleh para pembawa acara. Walaupun ada *improve* dari para pembawa acara, namun isi dari pointer tetap berdasarkan apa yang telah diberikan oleh tim kreatif.<sup>53</sup>

Program acara musik *Gentara* yang memiliki target penonton dengan status ekonomi sosial menengah ke bawah juga menggunakan

---

<sup>53</sup> Wawancara dengan Albertus Angga selaku Kreatif program acara musik *Gentara*, tanggal 16 Mei 2016

bahasa yang sering digunakan dalam kegiatan sehari-hari.<sup>54</sup> Bahasa percakapan adalah ragam bahasa yang di pakai dalam percakapan sehari-hari.<sup>55</sup> Bahasa percakapan ini dipilih agar dapat tercipta kedekatan antara pembawa acara dengan penonton baik yang ada di lokasi maupun yang ada dirumah.

Selain pemilihan bahasa percakapan sehari-hari, biasanya program acara musik *Gentara* juga sering menyisipkan sedikit bahasa daerah untuk mengetahui lokasi pada saat produksi berlangsung. Contohnya pada saat tim *Gentara* sedang memproduksi di Boyolali Jawa Tengah, pembawa acara menggunakan logat bahasa Jawa yang medok.<sup>56</sup>

Dari hasil paparan mengenai bahasa naskah diatas, program acara musik *Gentara* menyisipkan bahasa sehari-hari masyarakat yang berada di lokasi produksi serta menggunakan dialek lokal di daerah produksi tersebut. Pada saat *on stage*, *host* diberikan kesempatan untuk mengembangkan naskah yang telah disusun oleh tim kreatif. Pada saat melakukan improvisasi, *host* menyisipkan cerita kehidupan pribadi yang membuat penonton menjadi penasaran. Melalui pemilihan bahasa tersebut peneliti melihat bahasa naskah dengan dialek tersebut membuat penonton merasa lebih dekat dengan

---

<sup>54</sup> Wawancara dengan Albertus Angga selaku Kreatif program acara musik *Gentara*, tanggal 18 Okt 2016

<sup>55</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia, hal 89

<sup>56</sup> *Medok* adalah aksen logat di daerah Jawa Tengah

program. Selain itu kalau untuk masyarakat yang bukan daerah tersebut bisa menambah kosakata bahasa baru.

g. Format acara

Pada saat ini banyak bermunculan program-program acara baru yang variatif dengan berbagai macam format acara. Para pembuat program acara tentu harus lebih jeli memperhatikan apa yang di gemari oleh para penonton. Sejak awal penayangannya, *Gentara* adalah program acara yang memiliki format *music entertainment*. Format program *music entertainment* didasari karena dalam program yang sebagian besar acaranya berisi musik ini juga terdapat *games* dan *gimmick*. Program acara musik *Gentara* berusaha tetap pada idealismenya bahwa program acara ini berbeda dengan program-program acara yang sejenis. Hal yang membedakan program acara musik *Gentara* dengan program acara sejenis yang lain adalah bahwa program acara musik *Gentara* ini lebih banyak menampilkan lagu-lagu yang dinyanyikan para bintang tamu walaupun hanya memiliki durasi tayang 1 jam saja.<sup>57</sup>

Semakin ketatnya persaingan dalam industri televisi, membuat tim produksi program acara musik *Gentara* selalu mengembangkan kreativitasnya untuk dapat mempertahankan eksistensi program. Di dalam industri pertelevisian pasti selalu membaca pasarnya. Hal ini dapat diketahui ketika hasil *review* dari

---

<sup>57</sup> Wawancara dengan Ayoedianto selaku Produser program acara musik *Gentara*, tanggal 19 Mei 2016

*rating* setelah siaran keluar, maka tim produksi program acara musik *Gentara* baru dapat mengevaluasi tentang apa yang kurang dari program acara ini dan apa menjadi kekuatan dari stasiun televisi lain. Setelah berhasil dianalisis, tim produksi dari *Gentara* mencoba untuk menggunakan apa yang menjadi kekuatan dari stasiun televisi kompetitor.<sup>58</sup>

Program acara musik *Gentara* bukanlah satu-satunya program acara yang berformat musik. Pada stasiun televisi lain juga terdapat program acara berformat musik seperti *Inbox SCTV* dan *Dahsyat RCTI*. Program acara musik *Gentara* memiliki persamaan konsep dengan program acara *Inbox SCTV* karena sama-sama menggunakan *setting* lokasi luar ruangan, berbeda dengan program acara *Dahsyat RCTI* yang menggunakan *setting* lokasi dalam ruangan. Perbedaan antara program acara musik *Gentara* dengan kedua program kompetitor tersebut terletak pada konten acaranya, yaitu pada program acara *Inbox* dan *Dahsyat* lebih bermain pada *gimmick* yang membicarakan tentang semua hal dan malah melupakan konsep awal mereka yaitu sebagai program acara musik.<sup>59</sup>

Melalui pemaparan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa program acara musik *Gentara* merupakan program yang cenderung lebih dekat ke format *music entertainment* daripada musik *show*.

---

<sup>58</sup> Wawancara dengan Ayoedianto selaku Produser program acara musik *Gentara*, tanggal 19 Mei 2016

<sup>59</sup> Wawancara dengan Ayoedianto selaku Produser program acara musik *Gentara*, tanggal 19 Mei 2016

Selain itu dari segi konten acaranya yang bervariasi juga membuat program acara musik *Gentara* ini cenderung lebih masuk ke dalam program *variety show* dari pada *music show*. Dengan penggunaan strategi format acara tersebut dapat dianalisis bahwa program acara *Gentara* menjadi program acara yang penuh dengan konten hiburan. Hal tersebut dapat menjadikan penonton dapat turut bernyanyi dan tertawa bersama. Konten acara yang sangat menghibur dan fleksibel tersebut juga membuat penonton tidak mudah bosan untuk terus menonton hingga akhir acara.

*h. Punching Line*

Dalam setiap proses produksi, seorang kreatif sebuah program acara selalu mempersiapkan naskah ataupun *treatment* untuk mempermudah jalannya sebuah produksi. Produser selalu memperhatikan *flow* atau ritme acara dari segmen ke segmen. Apabila dirasakan penonton akan jenuh di tengah acara, maka diperlukan hentakan emosi dari dialog para pembawa acara. Program acara musik *Gentara* selalu mempersiapkan *treatment* atau sebuah cerita. Salah satu contohnya yaitu ketika menjadi seorang *superhero* ataupun menjadi ikon di daerah lokasi syuting agar dapat menggali perannya lebih dalam. Biasanya di program acara musik *Gentara* ini memiliki strategi *host*, yaitu ada yang berperan menjadi orang yang baik dan orang yang menjadi sasaran keisengan. Biasanya akan ada



satu pelawak sebagai senjata untuk memecahkan atau mencairkan suasana.<sup>60</sup>

Dari hasil kutipan wawancara tersebut maka dapat ditarik sebuah analisis bahwa program acara musik *Gentara* juga menggunakan strategi kreatif *punching line*. *Punching line* dalam program acara musik *Gentara* berupa *treatment* atau sebuah cerita yang telah dipersiapkan oleh para tim produksi yang kemudian dikembangkan sendiri oleh para pembawa acara. Dengan adanya penggunaan *punching line* tersebut memiliki keuntungan yaitu apabila pembawa acaranya dapat berimprovisasi dengan baik maka para penonton akan tetap menonton tayangan tersebut. Selain itu penggunaan *punching line* dapat mencairkan suasana ketika acara mulai membosankan.

#### i. *Gimmick and Funfare*

*Gimmick* merupakan cara untuk menarik perhatian penonton dengan berbagai cara dan bertujuan acara tersebut dapat disukai oleh penonton. Sering kali *gimmick* dibuat seperti tidak ada hubungannya dengan inti sebuah acara. *Gimmick* dalam setiap episode *Gentara* terdiri dari tiga buah. *Gimmick* yang dihadirkan juga selalu berkaitan dengan tema yang diangkat dalam setiap episodenya.

---

<sup>60</sup> Wawancara dengan Ayoedianto selaku Produser program acara musik *Gentara*, tanggal 22 Des 2016

Pada program acara musik *Gentara* dalam setiap episode selalu berbeda. *Gimmick* tersebut selalu disesuaikan dengan tema acara pada setiap episode. Contohnya apabila pada saat itu episodenya bertema olahraga, maka tim kreatif membuat *gimmick* yang sesuai dengan tema seperti permainan bola atau memasukkan bola ke dalam gawang.<sup>61</sup> Pada episode Stadion Rawa Badak yang mana pada episode tersebut menggunakan tema negeri dongeng maka *gimmick* nya pun berkaitan dengan tema tersebut yaitu tentang seorang pangeran yang sedang mencari jodohnya.

Pada program acara musik seperti program acara musik *Gentara* biasanya sering dijumpai *funfare* di akhir acara. *Funfare* sendiri digunakan sebagai tanda kegembiraan dan kebersamaan dalam suatu program acara. Hal ini dimaksudkan agar suasana pada saat di akhir perjumpaan menjadi lebih heboh dan dipenuhi dengan keceriaan.<sup>62</sup> *Funfare* pada tanggal 7 Februari 2016 dilakukan di segmen 4 dalam lagu *Sik Asik* yang dibawakan oleh Tina Toon dan seluruh pembawa acara. Sedangkan *funfare* pada episode Stadion Rawa Badak ini terletak pada segmen 3, yaitu pada saat Nita Thalia, Uut Permatasari, Rizka Antika serta seluruh para pembawa acara menyanyikan lagu *Sik Asik* secara bersamaan. Pada lagu ini pengisi acara baik pembawa acara ataupun bintang tamu berkumpul di atas

---

<sup>61</sup> Wawancara dengan Albertus Angga selaku Kreatif program acara musik *Gentara*, tanggal 18 Okt 2016

<sup>62</sup> Wawancara dengan Albertus Angga selaku Kreatif program acara musik *Gentara*, tanggal 16 Mei 2016

panggung. *Funfare* episode tanggal 7 Februari dan 28 Februari tersebut sama-sama menggunakan lagu *Sik Asik* akan tetapi terjadi pada segmen yang berbeda.

Dari hasil deskripsi wawancara mengenai *gimmick and funfare* di atas dapat dianalisis bahwa *gimmick* dalam acara *Gentara* digunakan untuk menarik penonton sehingga tetap setia untuk menyaksikan acara *Gentara* dari awal hingga akhir. Sedangkan *funfare* di tengah segmen membuat penonton berfikir bahwa program *Gentara* akan berakhir namun dikejutkan dengan berlanjutnya acara sehingga *Gentara* menjadi lebih meriah. *Funfare* di tengah segmen ini membuat penonton yang mungkin mulai bosan menjadi tetap setia menonton hingga akhir acara. Selain itu *funfare* di tengah segmen ini menjadi pembeda dengan program lain.

j. *Clip hanger*

*Clip hanger* merupakan sebuah *shot* atau adegan yang digantungkan dengan maksud untuk membui penonton agar tetap menonton program acara tersebut. *Clip hanger* pada program acara musik *Gentara* ini sering kali digunakan terutama pada saat pengumuman pemenang duta atau agen *Gentara*. Hal ini diperkuat dengan adanya penambahan *gimmick* sebuah drama yang membuat penonton menjadi penasaran dengan apa yang akan terjadi di segmen

berikutnya.<sup>63</sup> Pada episode Stadion Rawa Badak ini *clip hanger* nya terdapat pada akhir segmen 3 yang dimainkan oleh Narji. *Clip hanger* pada segmen ini berisi informasi bahwa akan didatangkan tamu misterius yang akan hadir pada segmen empat.

Dari pemaparan di atas dapat ditarik analisis bahwa *clip hanger* yang dimainkan oleh Narji tersebut justru sangat membuat orang semakin penasaran dengan tamu misterius yang akan dihadirkan pada segmen empat serta dapat membuat penonton tidak akan berpindah *channel* televisi sampai terjawab rasa penasarannya.

k. *Tune and Bumper*

Tim produksi program acara musik *Gentara* sangat memahami pentingnya sebuah *Tune and Bumper* sebagai sebuah identitas dari program tersebut. *Tune dan Bumper* pada program acara musik *Gentara* ini berdurasi 17 detik. Berikut adalah hasil *capture bumper Gentara* yang diperoleh dari *copy* tayang *Gentara* :

---

<sup>63</sup> Wawancara Ayoedianto selaku Produser program acara musik *Gentara*, tanggal 22 Des 2016







dengan mobil van yang berjalan sehingga dapat diketahui bahwa program acara musik *Gentara* ini tidak hanya berdiam di suatu daerah saja.<sup>64</sup>

Selain pada visualisasi *opening tune*, musik yang juga sebagai identitas dari program acara ini juga perlu diperhatikan. Musik pada *opening tune* program acara musik *Gentara* merupakan penerjemahan dari *team audio post* dari apa yang telah disampaikan oleh produser program acara musik *Gentara*.<sup>65</sup>

Dari penjelasan mengenai *bumper and tune* di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pada program acara musik *Gentara* dibuat dengan desain semenarik mungkin serta dengan musik yang singkat namun tetap mudah didengar dan diingat. Selain itu lirik pada *opening tune* juga sangat sederhana yaitu hanya ada beberapa kali pengulangan kata “*asik asik hei*”. Kalimat “*asik asik hei*” ini merupakan sebuah *senggakan*<sup>66</sup> yang biasa diucapkan oleh para penyanyi dangdut pada saat *interlude*<sup>67</sup> lagu. Lirik *asik-asik hei* ini juga menjadi bagian dari identitas program acara musik *Gentara*. Hal tersebut secara garis besar sudah menggambarkan mengenai identitas program acara musik *Gentara*.

#### 1. Penataan artistik

<sup>64</sup> Wawancara dengan Ayoedianto selaku Produser program acara musik *Gentara*, tanggal 18 Okt 2016

<sup>65</sup> Wawancara dengan Ayoedianto selaku Produser program acara musik *Gentara*, tanggal 18 Okt 2016

<sup>66</sup> *Senggakan* adalah kata-kata yang biasa diucapkan untuk mengisi kekosongan pada sebuah lagu dengan tujuan untuk membuat semangat.

<sup>67</sup> *Interlude* adalah musik tengah pada sebuah lagu

Penataan dekorasi atau penataan artistik bagi produksi televisi menurut Alan Wurtzel yang diuraikan di dalam bukunya “*Television Production*” menyebutkan bahwa penataan dekorasi dan panggung harus direkayasa sedemikian rupa agar bisa memenuhi fungsinya. Set panggung pada program acara musik *Gentara* ini dibuat sesederhana mungkin. Hal ini dimaksudkan untuk mempermudah proses bongkar pasang panggung, karena lokasi *Gentara* yang selalu berpindah-pindah kota dalam setiap episodenya. Selain itu pemilihan warna pada set panggung program acara musik *Gentara* adalah warna-warna yang cerah serta beraneka macam warna.<sup>68</sup> Warna-warna tersebut dipilih untuk memberikan kesan *fresh* dan *fun* karena *Gentara* tayang di pagi hari.

Selain pada penataan set panggung, program acara musik *Gentara* juga menggunakan beberapa lampu dalam penataan cahayanya. Program acara musik *Gentara* hanya menggunakan dua buah lampu HMI 2500 watt dalam setiap proses produksinya. Penggunaan lampu yang hanya dua buah ini dikarenakan proses produksi program acara musik *Gentara* dilakukan pada pagi hingga siang hari saja.<sup>69</sup>

Dari penjelasan mengenai penataan artistik di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa penataan artistik panggung terdiri dari

---

<sup>68</sup> Wawancara dengan Ayoedianto selaku Produser program acara musik *Gentara*, tanggal 22 Des 2016

<sup>69</sup> Wawancara dengan Ayoedianto selaku Produser program acara musik *Gentara*, tanggal 22 Des 2016

kombinasi warna, penataan cahaya serta *blocking* panggung. Selain terdapat set inti pada panggung *Gentara* yang berbentuk persegi, juga terdapat dua buah panggung berbentuk memanjang dan sedikit melengkung yang pada ujungnya diberi set panggung tambahan berbentuk lingkaran yang kecil. Hal tersebut cukup berguna untuk *blocking* yang akan digunakan oleh para penyanyi agar pergerakannya tidak monoton. Set panggung dari program acara musik *Gentara* ini bisa dibongkar pasang karena lokasi produksi selalu berbeda di setiap minggunya. Dalam setiap lokasi yang dituju biasanya dilaksanakan empat kali produksi dengan set penataan panggung yang sama, hal ini dapat menekan biaya produksi. Set panggung pada program acara musik *Gentara* ini dirasa sudah pas dengan strategi penataan artistik, karena pada set panggung tersebut memiliki warna yang lembut dan tidak mencolok sehingga sesuai dengan jam tayang *Gentara* yang di pagi hari

#### *m. Music and Fashion*

##### *1) Music*

Program *Gentara* merupakan program yang mengusung musik dangdut. Pemilihan musik dangdut dalam acara *Gentara* karena musik dangdut merupakan identitas dari MNCTV, selain itu musik dangdut merupakan musik yang dekat dengan kalangan

menengah ke bawah yang sejalan juga dengan target audien MNCTV.<sup>70</sup>

Lagu-lagu yang ditampilkan dalam setiap episode *Gentara* merupakan lagu-lagu pilihan dari tim kreatif *Gentara*. Tentunya dengan pertimbangan bahwa lagu-lagu tersebut merupakan *top list* pada sebuah tangga lagu dangdut dan juga lagu-lagu tersebut *familiar* dengan penonton baik yang hadir di lokasi maupun dirumah agar dapat bernyanyi bersama. Selain itu lagu-lagu tersebut juga memiliki nilai yaitu bisa menjadikan *rating* dan *share* dari *Gentara* tinggi. Apabila ada artis atau bintang tamu yang hendak membawakan lagunya sendiri tetapi lagu tersebut kurang akrab maka tim kreatif berusaha untuk membujuk penyanyi tersebut untuk membawakan lagu yang telah dipilihnya dengan alasan selain akan mendapat *rating* dan *share* yang tinggi maka penyanyi tersebut juga akan lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Saat ini *Gentara* sudah tidak seperti dahulu yang musiknya *full* dangdut tetapi sekarang diselingi beberapa penyanyi pop yang membawakan lagu dangdut maupun penyanyi pop yang membawakan lagunya walaupun hanya 1 kali penampilan dalam setiap episodenya.

---

<sup>70</sup> Wawancara dengan Albertus Angga selaku Kreatif program acara musik *Gentara*, tanggal 16 Mei 2016



Pada episode 7 Februari 2016, lagu-lagu yang dibawakan oleh pengisi acara antara lain *Anti Galau*, *Pemberi Harapan Palsu*, *Simalakama*, *Hitungan Cinta* dan *Sik Asik*. Dalam episode ini terdapat satu buah lagu pop yang dibawakan oleh Papinka Band dengan judul *Hitungan Cinta*. Sedangkan pada episode Stadion Rawa Badak lagu yang dibawakan adalah *Goyang Morena*, *Selimut Tetangga*, *Tarik Selimut*, *Sik Asik*, *Abang Goda* dan *Cinta Terlarang*. Dalam episode Stadion Rawa Badak ini terdapat sebuah lagu pop dengan judul *Selimut Tetangga* yang dibawakan dengan irama musik dangdut koplo. Selain itu terdapat satu lagu melayu yang dibawakan oleh Ilir7 Band dengan judul *Cinta Terlarang*.

Dari penjelasan mengenai *music* di atas maka dapat ditarik analisis bahwa musik yang diusung oleh *Gentara* yang awalnya hanya musik dangdut. Namun kini dengan banyaknya pesaing, *Gentara* mengkombinasikan dengan lagu pop walaupun persentasenya hanya sedikit. Penambahan *genre* musik dalam program *Gentara* tersebut dilakukan agar *Gentara* dapat terus bersaing dengan program-program acara sejenis yang tayang pada jam yang sama. Terdapat perbedaan antara lagu pop yang ditampilkan dalam episode 7 Februari 2016 dan episode Stadion Rawa Badak. Pada episode tanggal 7 Februari 2016 lagu pop yang dihadirkan merupakan lagu pop yang sama dengan versi



aslinya. Sedangkan pada episode Stadion Rawa Badak, lagu pop yang dihadirkan dengan iringan musik dangdut koplo. Hal tersebut menambah ketertarikan penonton karena penonton dapat berinteraksi dengan ikut bernyanyi maupun berjoget yang terbukti dengan tingginya *rating* dan *share* episode Stadion Rawa Badak. Inovasi tersebut dilakukan oleh tim kreatif agar program *Gentara* makin digemari penonton.

## 2) *Fashion*

*Fashion* atau yang lebih dikenal dengan kostum juga merupakan hal penting yang perlu diperhatikan dalam setiap proses produksi. Pihak klien yang tidak lain adalah *Kuku Bima* juga memiliki permintaan terhadap kostum yang akan dikenakan oleh para pengisi acara. Kostum seluruh pengisi acara baik pembawa acara maupun bintang tamu merupakan tanggung jawab tim kostum dengan beberapa catatan seperti pakaian harus sopan, tidak terlalu terbuka dan ketat. Selain itu *Gentara* juga menghindari warna dari kompetitor sponsornya yang berwarna kuning. Selain itu tim kostum dari *Gentara* juga membawa kostum cadangan untuk para pengisi acara apabila baju yang dibawa para artis tersebut dianggap terlalu *vulgar* atau seksi.

### a) Kostum pembawa acara

Tema Negeri Dongeng (*Disney*) yang diangkat dalam episode ini juga di gunakan dalam kostum yang digunakan

oleh para pembawa acara. Sentuhan warna merah selalu ada dalam setiap kostum yang digunakan pembawa acara dalam episode ini karena berkaitan dengan pihak sponsor utama yaitu *Kuku Bima Ener-G*. Kostum yang digunakan oleh pembawa acara antara lain :



Gambar 8. Kostum pembawa acara  
Sumber : *Captured copy* tayang *Gentara*, 2016

Gambar di atas memperlihatkan secara keseluruhan kostum yang digunakan oleh para pembawa acara *Gentara*. Kostum yang digunakan para pembawa acara tersebut merupakan kostum tokoh yang ada di film animasi produksi Disney. beberapa tokoh tersebut antara lain:

- i. Kostum yang digunakan Jenita Janet

Dalam episode ini, Jenita Janet menggunakan kostum *Snow White* yang berwarna biru berpadu dengan warna merah dan kuning.



Gambar 9. Kostum Jenita Janet  
Sumber : Captured copy tayang *Gentara*, 2016

Pada gambar di atas terlihat Jenita Janet terlihat menggunakan kostum seperti *Snow White*. Yang membedakan dengan kostum *Snow White* adalah potongan gaun Jenita Janet pendek di depan dan panjang di belakang, hal ini dikarenakan untuk mempermudah ruang gerak yang dilakukan oleh Jenita Janet. Sepatu yang digunakan adalah sepatu vantoel berwarna merah dengan tinggi *high heels* kurang lebih 17cm. Selain itu juga ditambah dengan *hand property* berupa sarung tangan yang panjang berwarna merah. Jenita Janet juga menggunakan rambut palsu atau wig berwarna hitam kecoklatan dengan potongan rambut *bob* berponi yang hampir mirip dengan cerita *Snow White* sebenarnya.

- ii. Kostum yang digunakan Juan Rahman

Dalam episode ini, Juan Rahman menggunakan kostum seorang pangeran negeri dongeng dalam cerita Cinderella. Kostum pangeran yang digunakan oleh Juan Rahman memiliki warna hitam berpadu merah dan emas.



Gambar 10. Kostum Juan Rahman  
Sumber : *Captured copy* tayang *Gentara*, 2016

Pada gambar di atas terlihat bahwa *hand property* yang digunakan oleh Juan Rahman antara lain penggunaan slempang berwarna merah, serta kacamata berwarna hitam. Sepatu yang digunakan juga berbeda dengan sepatu yang sering digunakan pangeran di negeri dongeng, Juan menggunakan sepatu kets berwarna silver.

- iii. Kostum yang digunakan Narji



Sebagai pembawa acara pendamping, Narji pun juga menggunakan kostum ala negeri dongeng. Pada episode ini Narji menggunakan kostum Aladin.



Gambar 11. Kostum Narji  
Sumber : Captured copy tayang *Gentara*, 2016

Pada gambar di atas terlihat bahwa kostum Aladin yang dipakai Narji antara lain atasan lengan panjang berwarna putih dan celana panjang warna emas, ditambah dengan ikatan kain di pinggang berwarna merah. *Hand Property* yang digunakan adalah topi bermodel *arabian* berwarna emas dengan hiasan permata warna biru ditengahnya. Sepatu yang digunakan oleh Narji adalah sepatu kets warna merah.

#### b) Kostum Bintang Tamu

Berbeda dengan kostum yang digunakan para pembawa acara, kostum yang digunakan oleh para bintang



tamu ini terbilang lebih santai. Walaupun tema yang digunakan adalah tema *disney*, tetapi para bintang tamu juga tidak berpakaian yang berkaitan dengan *disney*. berikut adalah kostum yang digunakan para bintang tamu:

i. Kostum yang digunakan Nita Thalia

Nita Thalia merupakan seorang penyanyi dangdut *sexy* kelahiran Bandung 10 Oktober 1982. Nita Thalia mulai terjun ke dunia tarik suara pada tahun 2000 dengan album pertamanya yang berjudul “Kumis” yang laris di pasaran.



Gambar 12. Kostum Nita Thalia  
Sumber : Captured copy tayang *Gentara*, 2016

Pada gambar di atas merupakan kostum yang dikenakan oleh Nita Thalia. Dalam program acara musik *Gentara* episode Stadion Rawa Badak ini Nita Thalia menggunakan gaun pendek berwarna hijau pastel dengan

ornamen pita di bagian depannya. Gaun ini dipadukan dengan sepatu high heels berwarna silver.

ii. Kostum yang digunakan Via Vallen

Via Vallen yang memiliki nama asli Maulidia Octavia ini memulai karier nya di dunia entertain sejak duduk di kelas dua SMP. Via Vallen lahir di kota Surabaya pada tanggal 1 Oktober 1990. Via Vallen memiliki *fans club* dari berbagai kota yang di beri nama Vyanisty



Gambar 13. Kostum Via Vallen  
Sumber : Captured copy tayang *Gentara*, 2016

Pada gambar di atas merupakan kostum yang digunakan oleh Via Vallen. Berbeda dengan penampilan Nita Thalia, kostum yang digunakan Via Vallen bisa dibilang cukup *casual*. Via Vallen mengenakan atasan lengan panjang dengan perpaduan warna coklat dan

putih serta bawahan celana panjang *legging* berwarna hitam. Sepatu yang digunakan adalah sepatu *high heels* berwarna silver.

iii. Kostum yang digunakan Uut Permatasari

Penyanyi yang memiliki nama asli Utami Suryaningsih ini dulunya terkenal dengan penyanyi dangdut yang memiliki “goyang ngecor” yaitu bergoyang dengan mengangkat satu kaki sambil berputar. Uut Permatasari lahir di Sidoarjo tanggal 7 April 1982.



Gambar 14. Kostum Uut Permatasari  
Sumber : Captured copy tayang *Gentara*, 2016

Gambar di atas merupakan kostum yang digunakan oleh Uut Permatasari. Kostum yang digunakan Uut Permatasari adalah *dress* pendek berwarna hitam yang ditambah dengan jaket kulit



berwarna hitam serta *stocking* berwarna hitam. Sepatu yang digunakan Uut adalah sepatu *wedges boots* berwarna hitam. Uut juga mengenakan anting-anting panjang dengan model yang *simple*. Secara keseluruhan penampilan Uut Permatasari nampak seperti penyanyi *rock* yang identik dengan warna hitam dan sepatu *boots*.

iv. Kostum yang digunakan Rizka Antika

Rizka Antika adalah seorang pecinta dangdut sedari kecil. Penyanyi yang memiliki nama lengkap Rischia Antika Aliani ini merupakan salah satu finalis dari ajang pencarian bakat Kontes Dangdut Indonesia (KDI) 6.



Gambar 15. Kostum Rizka Antika  
Sumber : Captured copy tayang *Gentara*, 2016

Gambar di atas merupakan kostum yang dipakai oleh Rizka Antika. Pada penampilannya di episode ini,

Rizka Antika mengenakan *dress* pendek berwarna *pink*. Tidak hanya *dress* nya saja yang berwarna *pink*, tetapi juga sepatu *high heels* yang digunakan berwarna senada. Selain itu Rizka juga mengenakan *acesories* cicin berbentuk bibir yang berwarna *pink* juga anting-anting panjang yang *simple*. Warna *pink* yang dikenakan Rizka terlihat sangat segar karena acara ini ditayangkan di pagi hari.

v. Kostum yang digunakan Ilir 7 Band

Ilir 7 merupakan sebuah band yang mengusung aliran musik melayu dan digawangi oleh Ave pada vokal, Vic pada Bass, Zinc pada gitar dan Richie pada drum merupakan sebuah band yang berasal dari Lubuk Linggau, Sumatera Selatan. Band yang terbilang masih baru ini sudah meluncurkan dua *single* yaitu Jangan nakal Sayang dan Kekasih Gelap mampu dikenal hingga ke negara tetangga.





Gambar 16. Kostum Ilir 7 Band  
Sumber : Captured copy tayang *Gentara*, 2016

Gambar di atas merupakan kostum yang digunakan oleh Ilir 7. Dalam *Gentara* episode Rawa Badak, Ilir 7 merupakan satu-satunya band yang tampil. Ilir 7 terdiri 5 personil yang semuanya adalah para laki-laki. Kostum yang dikenakan adalah kostum *casual*, seperti mengenakan atasan kaos yang ditambah dengan kemeja kotak atau jaket serta bawahan celana *jeans* yang berbagai warna. Selain itu sepatu yang digunakan juga sepatu yang *casual*. Secara keseluruhan kostum yang dikenakan oleh personil Ilir 7 sama seperti kostum yang dikenakan para personil band pada umumnya.

Pada episode tanggal 7 Februari 2016 pembawa acara menggunakan kostum *Cheongsam* karena episode tersebut menyambut Hari Raya Imlek. Tidak hanya pembawa acara yang

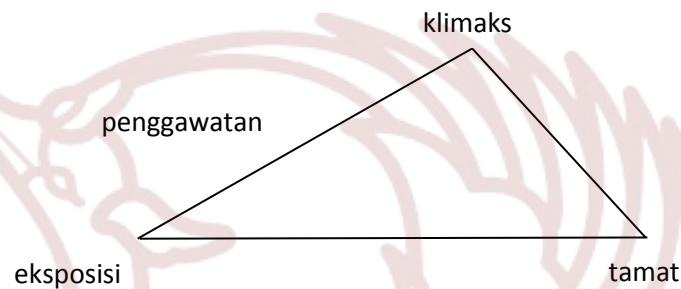
menggunakan kostum *Cheongsam*, beberapa pengisi acara juga menggunakan pakaian tersebut seperti pakaian yang digunakan oleh Fitri Carlina dan Tina Toon.

Dari pemaparan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kostum pengisi acara pada program *Gentara* episode Stadion Rawa Badak cenderung menggunakan pakaian yang *casual*. Pemilihan kostum yang *casual* ini digunakan agar mendapatkan kesan *simple* serta mempermudah gerak artis karena acara *Gentara* ini tayang pada pagi hari. Sedangkan pembawa acaranya menggunakan kostum yang sesuai dengan tema Negri Dongeng. Hal itu dilakukan agar menghidupkan suasana acara dan menguatkan tema yang diangkat. Dengan demikian dapat diambil analisis bahwa program acara musik *Gentara* selalu memperhatikan kostum baik yang digunakan pembawa acara maupun bintang tamu untuk menunjukkan bahwa kostum yang digunakan dalam setiap episodenya selalu berkaitan dengan tema yang diangkat. Selain itu dengan digunakannya kostum sesuai dengan tema, dapat menarik penonton serta membedakan antara pembawa acara dan penonton.

*n. Ritme dan birama acara*

Program acara musik *Gentara* yang tayang pada pagi hari, membuat para *host* dan pengisi acara juga memiliki tugas untuk membuat suasana cair terhadap penonton yang ada di lokasi maupun

penonton yang ada dirumah. Tempo dari program acara musik *Gentara* ini adalah tempo cepat agar suasana acara menjadi semangat dan enerjik.



Bagan 2. Grafik Aristoteles  
Sumber : buku kunci sukses menulis skenario hal.52

Pada program acara musik *Gentara* episode Stadion Rawa Badak ini ritme dan birama acara pada program acara musik *Gentara* episode Stadion Rawa Badak ini digunakan grafik aristoteles. Hal ini didasari karena pada episode rawa badak ini terdapat unsur cerita. Grafik Aristoteles di atas sering digunakan tim kreatif dalam menyusun ritme dan birama *Gentara*. Eksposisi terdapat pada segmen 1 merupakan pengenalan tokoh dan masalah awal, namun karena adanya keterbatasan waktu siar on air, segmen 1 biasanya sudah langsung masuk ke permasalahnya dan pengenalan diawal hanya sedikit saja. Memasuki penggawatan yang terdapat pada segmen 2 yaitu adalah inti dari permasalahan dan klimaks nya yang terdapat pada segmen 3 merupakan pemecahan masalahnya serta tamat yang terdapat pada segmen 4 adalah kesimpulan dari cerita tersebut.

Seperti pada episode Stadion Rawa Badak ini yang mengambil tema Negeri Dongeng. Dalam episode ini, segmen pertama diceritakan Juan yang sedang mencari pasangan, dan hal tersebut nantinya selalu berkesinambungan dari satu segmen ke segmen lainnya. Hal ini dimaksudnya agar penonton masih penasaran apakah Juan nantinya akan mendapatkan pasangan atau tidak. Jadi penonton tidak hanya menonton pada segmen 1 saja tetapi juga segmen 2 dan seterusnya. Akan tetapi tim kreatif harus selalu waspada dan tidak terlalu lama membuat penonton penasaran karena hal tersebut dapat menimbulkan rasa kebosanan. Pada segmen 3 merupakan klimaksnya yaitu konflik awal harus sudah terpecahkan. Lalu pada segmen terakhir/ segmen 4 merupakan kesimpulan dari rangkaian cerita.

Berdasarkan paparan di atas dapat ditarik analisis mengenai ritme dan birama acara pada program acara musik *Gentara* ini memiliki alur cerita dalam setiap episodenya. Alur tersebut akan membuat program *Gentara* menjadi tertata mulai dari awal hingga akhir acara. Selain itu dengan adanya ritme dan birama yang bertempo cepat tersebut dapat membuat penonton terhindar dari rasa bosan akibat terlalu lamanya *gimmick* yang ada dalam setiap segmen.

o. Logo dan Music Track Untuk Id Tune



Logo yang digunakan pada program acara musik *Gentara* ini tentunya berbeda dengan logo pada program acara lain. Penggunaan logo tersebut tentunya memiliki maksud khusus. Nama *Gentara* sendiri merupakan singkatan dari Grebek Nusantara. Pergantian nama program ini dimaksudkan agar nama programnya jadi lebih modern, akan tetapi nama *Gentara* sudah terlanjur melekat di masyarakat maka dipakailah nama *Gentara* sebagai pengganti Grebek Nusantara.<sup>71</sup> Sedangkan logo *Gentara* sendiri memiliki penulisan Gen Tara. Warna yang dipilih pada logo *Gentara* adalah warna-warna yang terdiri dari biru, hijau, merah, kuning, ungu yang dipadukan pada tulisan Gen Tara.

Dari paparan mengenai logo dan *music track* untuk *id tune* di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa logo dari program acara musik *Gentara* ini dipisah antara Gen dan Tara. Pemisahan tulisan *Gentara* pada logo dirasa lebih mudah diingat oleh penonton. Selain itu pemisahan tulisan Gen dan Tara dilakukan karena *Gentara* merupakan kelanjutan dari Grebek Nusantara sehingga penonton setia Grebek Nusantara tetap mengenali *Gentara* sebagai program Grebek Nusantara dan tetap menonton *Gentara*.

*p. General Rehearsal*

---

<sup>71</sup> Wawancara Ayoedianto selaku Produser program acara musik *Gentara*, tanggal 19 Okt 2016

*General Rehearsal* merupakan tahapan yang dilakukan sebelum proses produksi berlangsung. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir kemungkinan kesalahan-kesalahan yang terjadi pada saat proses produksi berlangsung. *Gentara* merupakan sebuah program acara yang diproduksi untuk empat episode sekaligus dalam satu bulan yaitu dengan satu kali *live* dan tiga kali *taping*. Proses produksinya dilakukan dalam dua hari, yaitu pada hari Sabtu di akhir bulan untuk dua kali *taping* dan pada hari Minggu di akhir bulan dilakukan *live* dan setelah itu dilanjutkan dengan *taping* terakhir. Pada program acara musik *Gentara* ini selalu melakukan proses gladi bersih agar seluruh rangkaian acaranya dapat berjalan dengan lancar.

Sebelum melaksanakan produksi, program acara ini selalu melakukan gladi bersih terhadap seluruh para pengisi acara. Proses *general rehearsal* ini dilakukan sebelum perekaman dimulai. Pada hari Sabtu dilakukan *taping* 1 pada pukul 08.30-10.00 WIB, maka proses *general rehearsal* nya dilakukan sebelum pukul 08.30 WIB. Setelah *taping* 1 selesai maka langsung dilanjutkan dengan *taping* 2 yang dilakukan pada pukul 10.30-12.00 WIB. Sebelum *taping* 2 berlangsung, dilakukan proses *general rehearsal* pada pukul 10.00 WIB hingga waktu perekaman dimulai. Sedangkan pada hari Minggu *general rehearsal* dilakukan pada jam 08.00 WIB sebelum waktu *live* pada jam 08.30-10.00 WIB setelah itu dilanjutkan *general rehearsal*

pada jam 10.00 WIB sebelum waktu *taping* untuk episode berikutnya.

Dari paparan mengenai *general rehearsal* di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa program acara musik *Gentara* selalu melakukan proses *general rehearsal* yang juga merupakan salah satu dari strategi kreatif. Proses *general rehearsal* ini dilakukan pada saat sebelum proses perekaman ataupun *live* berlangsung. Hal ini dilakukan agar dapat meminimalisir kesalahan yang terjadi pada saat *live* maupun *taping* berlangsung. Untuk proses GR sendiri sebenarnya terlalu singkat karena hanya memiliki waktu 30 menit, namun dengan proses GR tersebut tim kreatif bisa memaksimalkan waktu sehingga kesalahan dalam proses produksi program *Gentara* dapat diminimalisir dan berjalan dengan lancar.

q. *Interactive Program*

*Interactive* program merupakan pengembangan ide-ide yang akan melibatkan partisipasi penonton di rumah. *Interactive* ini dapat berupa kuis interaktif via telepon, *email*, surat maupun SMS. Sesuai dengan perkembangan teknologi, *interactive* program *Gentara* dilakukan dengan menggunakan media sosial berupa *facebook*, *instagram* dan *twitter*. Promo yang biasanya dilakukan oleh tim *Gentara* berupa updatean informasi mengenai lokasi syuting berlangsung dan update informasi mengenai lokasi dan pengisi acara untuk episode selanjutnya. Selain untuk penonton di rumah,

*interactive* program juga dilakukan kepada penonton di lokasi dengan cara pembagian sawer. Pembagian sawer tersebut dilakukan oleh pembawa acara kepada penonton saat para pengisi acara *perform*.

Dari paparan mengenai *interactive program* di atas dapat dianalisis bahwa pada program acara musik *Gentara* menggunakan *interactive* program untuk pemirsa yang ada di rumah dan pemirsa yang ada di lokasi. Sosial media seperti *facebook*, *twitter* dan *instagram* sebagai media promosi untuk dapat memberikan update terbaru mengenai lokasi yang digunakan sehingga orang-orang terdekat di lokasi tersebut tertarik untuk menyaksikan secara langsung. Selain update lokasi, update mengenai artis yang akan tampil juga membuat para penggemar program acara *Gentara* maupun penggemar artis tersebut akan menonton. Sedangkan pembagian sawer dapat menarik perhatian penonton untuk menonton acara *Gentara* langsung ketika *Gentara* melakukan syuting di daerah mereka. Selain itu hal tersebut dilakukan agar program *Gentara* dapat lebih dekat dengan penonton.

## **B. Produksi**

Segala bentuk persiapan selalu dilakukan oleh tim kreatif agar tidak terjadi kekeliruan pada saat produksi berlangsung.



## 1. Bahasa naskah

Bahasa naskah dalam tahap produksi program acara musik *Gentara* secara garis besar cenderung melakukan *improve* dari *pointer* yang sudah dibuat oleh tim kreatif pada tahap praproduksi. Seperti dalam episode Stadion Rawa Badak, pada segmen 1 tim kreatif menuliskan *pointer* sebagai berikut :

RO GENTARA JAKARTA

LOK: STADION RAWA BADAK, JAKARTA UTARA

MINGGU  
TAPING - TGL 21 FEBRUARI 2016

REVISI 2

PD : Nita Thalia  
As. Produser : Chelene Yulia  
Creative : Ets Suhart, Eris Eriwati, Albertus Anggi  
PB : Arianeri Singsing  
Floor Director : A Anet, Dwi Kila

MNC TV  
Studio 101

ST : LUT PEMATASARI, VIA VALLEN, NITHA THALIA, RECHA ANITA, LUT  
HOST : NARJI, ENITA JANET, JUAN RAHMAN,  
HOME BAND : QUEEN BROS BAND

ST : LUT PEMATASARI, VIA VALLEN, NITHA THALIA, RECHA ANITA, LUT  
HOST : NARJI, ENITA JANET, JUAN RAHMAN,  
HOME BAND : QUEEN BROS BAND

NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	ORIS	VTR	VTR	VTR	VTR	0:00:15	8:30:00	VTR	
2	SONG 1 : TARIK SELIMUT Cipt. R. Kerta	NITA THALIA	On Stage	LIVE	LIVE	0:03:30	8:30:15	Perform Tarik selimut by Nita Thalia • HOST SAWER PENONTON	
3	OPENING NARJI + STANDING BANNER KUKUDUMA ENER-G ROSO	JUAN RAHMAN JENITA JANET NARJI	On Stage	LIVE	LIVE	0:01:00	8:33:45	Host sapa penonton * Jenita Janet akan berperan sebagai Putri Salju, Juan Menjadi pangeran dan NARJI akan menjadi Aladin. * Jenita Janet akan bilang kalau saat ini dia adalah Putri paling cantik sedunia. * NARJI dan Juan tiba-tiba bilang kalau mereka lagi galau. Biasanya pangeran ganteng itu disukai oleh banyak wanita cantik tapi mereka malah belum ada pasangan. * Jenita sebagai Putri bilang kalau dia punya banyak kenalan putri-putri cantik se-antero jagad raya. * Janet, NARJI dan Juan Geser ke tengah stage.	
4	GIMMICK HOST	JUAN RAHMAN JENITA JANET NARJI	On Stage	LIVE	LIVE	0:03:00	8:36:45	di tengah stage sudah ada Properti Sandal jepit. * Jenita Janet bilang kalau sebelum dia baru saja berpeseta dengan putri-putri dari seluruh jatsana dan ada salah satu dari mereka yang sandalnya. * Jenita bilang "MAH GINI AJA, SIAPA TAU SI PEMILIK SANDAL INI ADALAH CINTA SEJATINYA PANGERAN JUAN..." * Juan meragukan niat Jenita untuk mencari pasangan "MAMA ADA PUTRI RAJA PERGI KE PESTA PARI SANDAL JEPIT.... INI PUTRI RAJA APA TUKANG MINYAK?" * NARJI juga ikut ngompolin Juan "BANGGA PERCAYASAMA DIA, DIA AJASAMPE SEKABANG BELUM PUNYA PASANGAN..." * Janet bilang "NIH YA KALAU GAK PERCAYA, PUTRI CANTINYA KEBETULAN ADA DISINI..." * Janet tarik salah satu penonton sebagai pasangan untuk Juan * Juan senang dan bilang ke NARJI "NIH AKHIRNYA GW PUNYA PASANGAN... MAMA PUSANGANNYA BANG NARJI?..." * NARJI gantian sedih. Juan bilang kalau dia janji akan bantu NARJI untuk carin pasangan. * Janet bilang kalau dia punya satu barang yang akan membuat NARJI menemukan pasangannya "TAP NANTI YAA..." PROPERTY : Sandal jepit (sebelah doug)	
5	SONG 2 : MORENA Cipt.	VIA VALLEN	On Stage	LIVE	LIVE	0:03:30	8:44:55	Perform Morena by Via Vallen • NARJI VISUAL DAN SAWER PENONTON	
6	BUMPER OUT	VTR	VTR	VTR	VTR	0:00:05	8:37:45	VTR	
TOTAL DURASI ON AIR SEGMENT 1						0:13:20			
COMMERCIAL BREAK						0:07:00	8:37:50		

Gambar 17. Rundown Gentara Segmen 1

Sumber : Tim Kreatif *Gentara*

Pada gambar *rundown* segmen 1 di atas terdapat *pointer* yang digunakan *host* sebagai panduan dalam membawakan acara *Gentara*. Dalam pembuka acara *Gentara* episode Stadion Rawa Badak, *pointer* menunjukkan *host* untuk menyapa penonton dan juga melakukan perkenalan. Dalam proses produksi, para *host* melakukan pengembangan pada *pointer* tersebut menjadi:

Janet

Selamat pagi pemirsa yang ada di rumah.  
Eh Juan.. Juan... Kamu ngerasain gak ada sosok yang aneh di sini.  
Kamu ngerasa gak ada bau-bau apa gitu?

Juan

Bau kemenyan iyee?

Janet

Aku agak-agak merinding gitu.

Narji

Sembarangan, masa lu gak kenal  
Ini gua aladin dari kampung senter.

Janet

Hahaha masa aladin dari kampung senter.

Narji

Kamu hari ini udah ganteng banget Juan.

Juan

Aku dah jadi pangeran ya kan dari negeri impian. Tapi ratunya  
mana Bang Narji, Janet?

Janet

Hahaha ngakunya pangeran tapi jomblo, aaa kasian deh.

Janet

Kenapa gak nanya eike sih?  
Eike kan puteri paling cantik di sini.

Narji

Puteri, apa kamu punya calon Puteri?

Janet

Aku banyak. Pokoknya temen-temen aku di Rawa Badak banyak  
yang cantik, semuanya sexy-sexy, pinter masak, gak kalah lah  
sama aku di sini.

*Pointer* yang sudah diberikan oleh tim kreatif kemudian dikembangkan oleh *host* menjadi percakapan seperti di atas. Dari dialog percakapan di atas dapat disimpulkan bahwa bahasa naskah yang digunakan merupakan bahasa sehari-hari yang sesuai dengan konsep yang sudah ditentukan pada praproduksi. Selain itu penggunaan kata “iyee” dan

“gua” dalam percakapan *host* yang merupakan *logat* daerah Jakarta juga menunjukkan lokasi produksi.

Dari pemaparan di atas dapat dianalisis bahwa dengan digunakannya *pointer* tersebut dapat membebaskan pembawa acara untuk melakukan *improve* ketika terjadi kekurangan ataupun kelebihan waktu. Dengan demikian program acara *Gentara* menjadi tidak kaku serta percakapan pembawa acara bisa mengalir dengan nyaman dan tampak natural.

## 2. *Gimmick and Funfare*

Pada episode Stadion Rawa Badak ini yang bertemakan Negeri Dongeng memiliki beberapa *gimmick*, diantaranya *gimmick* satu pada segmen 1 terdapat *gimmick* Juan atau *gimmick* yang ditujukan untuk Juan Rahman. *Gimmick* tersebut diuraikan sebagai berikut:

Juan

Bang Narji, Janet kebelakang istana bang Narji (melambaikan tangan) ini bang Narji, ini sepatu Tuan Putri yang ketinggalan tadi malam.

Narji

Ini kalo dia wanita, akan menjadi jodohnya pangeran Juan (memegang sepatu)

Janet

saya tau bang Narji, ini pasti yang punya ini cantik banget, karna ini ada tali-talinya. (melihat sepatu)

Juan

boleh pinjem gak? Boleh pinjem gak? (mengambil sepatu dan menjadikannya sebuah telepon) halo yang punya sepatu, semalem sepatunya ketinggalan...

Dan tiba-tiba seorang wanita separuh baya *on stage* dengan berpenampilan agak *tomboy* yang membawa sebelah sepatu tersebut dan mengaku bahwa sepatu itu miliknya yang ketinggalan.

Pada segmen 3 terdapat *gimmick* dua yaitu *gimmick* Narji atau *gimmick* yang ditunjukkan untuk Narji dan di uraikan sebagai berikut:

Juan

Janet, biasanya kan ye itu Aladin terbangnya pake karpet, karpet mahal ye kan. Ini apaan bang Narji bawa teko sama tiker beginian (sambil menunjukkan teko dan tikar)

Janet

Ah..ini mah abal-abal..

Narji

elu jangan kasih tau orang-orang dong, kan ketauan kalo kerjaan gue nyewain di pantai ancol.

Pada segmen 4 terdapat *gimmick* tiga yaitu *gimmick* Juan dan Ratu atau *gimmick* yang ditujukan kepada Juan Rahman dan Ratu yang diuraikan sebagai berikut:

Narji

Apakah pangeran Juan masih menginginkan seorang ratu?

Juan

itu dia masalahnya Aladin, sampe sekarang ratu nya belum ada..kan Aladin punya tikar sama teko tuh..cariin dongg

Janet

cariian lahhh...(memohon pada Narji)

Narji

gak perlu pake teko sama tiker. Karena kamu sudah ada yang mengikuti kemana Juan Rahman pergi.

Lalu Ratu (orang yang mengagumi Juan Rahman) *on stage*

Juan

Kok pake naik sih??

Janet

Penonton... masih ingatkah dengan wanita cantik yang ada di samping saya ini. Kamu Ratu kan?

Ratu

iya.. aku Ratu



Janet

Yang minggu lalu ndatengin Juan juga kan?

Ratu

Iya..aku sengaja datang jauh-jauh cuma buat ke *Gentara* cuma buat nemuin Juan doang.

Berdasarkan potongan *gimmick* dari segmen satu, segmen tiga dan segmen empat di atas dapat diketahui bahwa *gimmick* yang digunakan dalam episode ini masih berhubungan dengan tema yang diangkat yaitu Negeri Dongeng. Pada *gimmick* satu menceritakan tentang pangeran Juan yang masih mencari pasangannya dan menemukan sebelah sepatu seorang wanita. *Gimmick* ini mirip dengan cerita *Cinderella* dalam Negeri Dongeng. Pada *gimmick* dua menceritakan tentang Narji yang dalam episode ini berperan sebagai *Aladin* dalam Negeri Dongeng. Narji ketahuan bahwa dia bukanlah Aladin yang sesungguhnya karena dia memakai tikar dan teko minuman bukan karpet dan teko ajaibnya. Pada *gimmick* yang terakhir masih mengenai pangeran Juan yang mencari pasangannya dan kali ini didatangkan seorang wanita yang tidak lain adalah penggemar berat dari Juan Rahman.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat dianalisis bahwa *gimmick* yang ada pada segmen 4 tersebut merupakan strategi kreatif yang digunakan oleh tim kreatif untuk mendapatkan *rating* dan *share* yang tinggi. Walaupun *gimmick* tersebut terbilang agak sedikit berlebihan karena mulai menggabungkan antara kehidupan pribadi dari pembawa acara maupun bintang tamu yang hadir. Namun penggunaan *gimmick* tersebut

justru lebih menarik perhatian penonton karena hampir seluruh penonton memiliki rasa ingin tahu terhadap kehidupan pribadi seorang artis.

### 3. *Music and Fashion*

Segala macam persiapan tentu sudah direncanakan dengan matang oleh tim kreatif sejak tahapan praproduksi. Seperti dalam hal lagu yang akan dibawakan oleh masing-masing artis, tim kreatif tentu saja sudah mempersiapkan lagu yang menjadi *toplist*. Namun apa yang telah dipersiapkan oleh tim kreatif tersebut dapat berubah pada tahapan produksi mengikuti permasalahan yang terjadi di lapangan. Dalam episode Stadion Rawa Badak ini, hal tersebut terjadi pada segmen 3. Pada *rundown* acara, Uut Permatasari membawakan lagu *Pergi Pagi Pulang Pagi* milik dari *Armada Band*, akan tetapi lagu tersebut berubah menjadi lagu *Selimut Tetangga* lagu dari *Republik*. Perubahan tersebut didasari karena Uut Permatasari belum hafal dengan lirik lagu tersebut. Selain itu perubahan lagu juga dilakukan pada Ilir7 Band yang semula membawakan lagu *Jangan Nakal Sayang* tetapi pada saat produksi berubah menjadi *Cinta Terlarang*. Perubahan lagu yang dialami oleh Ilir7 Band terjadi karena sebenarnya Ilir7 Band ingin menampilkan single terbaru mereka yang berjudul *Jangan Nakal Sayang*.

Dari pemaparan di atas dapat dianalisis bahwa strategi perubahan lagu untuk menghindari kemungkinan buruk seperti lupa lirik seperti yang dialami oleh Uut Permatasari. Strategi perubahan lagu yang terjadi pada Ilir7 Band dilakukan karena penonton lebih familiar dengan lagu *Cinta*

*Terlarang*. Karena dengan lebih familiarnya penonton dengan lagu tersebut, dapat lebih diterima oleh penonton dan dapat menikmati lagu tersebut sehingga penonton bisa ikut bernyanyi

Selain dalam hal lagu, perubahan-perubahan juga dapat terjadi pada kostum. Perubahan pada kostum terjadi apabila kostum yang dibawa oleh artis yang akan tampil kurang cocok dengan konsep yang ditentukan oleh tim kreatif. Selain kurang sesuai dengan konsep, kostum yang terlalu *sexy* dan kostum berwarna kuning juga menjadi alasan pergantian kostum. Kostum dengan warna kuning tidak diperbolehkan dalam *Gentara* karena warna kuning identik dengan warna kompetitor dari sponsor *Kuku Bima*. Tetapi dalam episode Stadion Rawa Badak ini Jenita Janet mendapat pemakluman dari pihak sponsor Kuku Bima karena kostum *Snow White* yang digunakan memiliki bawahan berwarna kuning. Pemakluman tersebut terjadi karena bawahan warna kuning tersebut merupakan ciri khas dari karakter *Snow White*.

Dari pemaparan diatas maka dapat dianalisis bahwa perubahan kostum dilakukan karena kostum yang terlalu *sexy* ataupun terbuka bisa mendapat teguran dari Komisi Penyiaran Indonesia yang dapat berakibat buruk pada program acara musik *Gentara*. Selain itu kostum yang sesuai dengan permintaan *Kuku Bima* yang menghindari warna kuning sebagai warna kompetitor membuat ciri khas tersendiri pada program acara musik *Gentara*.

#### 4. *Interactive Program*

*Interactive Program* selain dilakukan pada tahap praproduksi, juga dilakukan pada tahap produksi. Pada produksi ini, *Interactive Program* berupa pembagian *sawer* yang dilakukan pembagian *sawer* yang dilakukan para *host* kepada penonton *off air*. Pembagian *sawer* ini dilakukan pada segmen 3 pada saat Uut Permatasari, Nita Thalia, Rizka Antika bernyanyi bersama. Selain segmen 3, pembagian *sawer* juga dilakukan pada segmen 4 pada saat Rizka Antika tampil membawakan lagu *Abang Goda*.

Selain pembagian *sawer*, *Interactive Program* lainnya pada tahap produksi yaitu berupa *senggak-an*. Pada umumnya setiap pertunjukan musik dangdut, penonton maupun artis atau pemain band tidak jarang ikut turut meramaikan lagu dengan *senggak-an* tersebut. Salah satu *senggak-an* yang sering diucapkan penyanyi agar dapat berinteraksi dengan penonton *off air* yaitu “*asik-asik joss*”. Namun pada program acara musik *Gentara* yang memiliki program *semi bocking* dengan *Kuku Bima*, *senggak-an* tersebut berganti menjadi “*Asik-Asik Heyy*”. Hal tersebut dikarenakan kata “*Joss*” itu merupakan kata yang identik dengan kompetitor *Kuku Bima*.

Dari pemaparan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa *interactive program* berupa pembagian *sawer* yang dilakukan dalam acara musik *Gentara* dapat menarik penonton untuk melihat secara langsung. Selain itu dengan adanya *senggak-an* tersebut, tim kreatif biasanya selalu memberikan pengarahan kepada penyanyi, pemain musik, serta penonton



*off air* sebelum produksi berlangsung. Dari penjelasan tersebut dapat dianalisis bahwa dengan digunakannya *senggak-an* “*Asik-Asik Heyy*” justru membuat identitas bagi program *Gentara*. Selain itu dengan *senggak-an* yang diucapkan para bintang tamu pada saat tampil, membuat para bintang tamu dapat berinteraksi dengan penonton sehingga penonton yang ada di lokasi menjadi lebih semangat.

## 5. Pengambilan Gambar

Pada awal kedatangan artis, tim kreatif selalu memberikan pengarahan kepada artis yang akan tampil. Biasanya tim kreatif akan memberi tahu kapan artis akan tampil atau pada segmen berapa artis akan tampil, apabila ada *gimmick* yang membutuhkan artis maka tim kreatif akan sekaligus menjelaskan. Selain artis, para pembawa acara juga mendapatkan pengarahan dari kreatif mengenai konten acara dalam setiap episodenya serta *gimmick* apa saja yang akan dihadirkan nantinya.

Setelah rapat dengan seluruh pengisi acara kemudian hal yang dilakukan oleh tim kreatif adalah mengadakan rapat di lapangan dengan *program director* dan *floor director*. *Gentara* menggunakan 6 buah kamera pada saat produksi berlangsung. Pada saat awal terbentuknya, *Gentara* menggunakan sistem perekaman gambar melalui video *betacam*, namun seiring perkembangan saat ini sistem perekamannya melalui hasil data video. Seorang *program director* memvisualisasikan kebutuhan gambar sesuai dengan keinginannya dan juga mengakomodir kebutuhan sponsor. Untuk memenuhi kebutuhan sponsor tersebut biasanya terdapat *shot-shot*

husus seperti *shot* pengambilan logo sponsor. Salah satu jenis *shot* yang diambil untuk kepentingan sponsor disebut *sapu-sapu natural shot* oleh tim kreatif. *Shot* ini biasanya diawali dengan logo ataupun tulisan sponsor yang terletak di latar belakang dan sekitar panggung kemudian gambar tersebut di *pan* ataupun *zoom out* ke arah panggung. *Shot* ini biasanya diberikan minimal 2 kali dalam 1 segmen. Selebihnya untuk pemilihan *shot* adalah hak dari seorang *floor director* dalam memvisualisasikan kondisi, lagu ataupun *treatment* yang sedang berjalan.

Dari pemaparan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada saat produksi akan dimulai tim kreatif dan produser selalu berkomunikasi apabila terjadi perubahan-perubahan yang terjadi saat dilapangan, misalkan seperti artisnya terlambat datang atau tidak datang, perubahan lagu yang akan dibawakan, atau terjadi kesalahan secara teknis. Selain itu tim kreatif selalu berada di sebelah panggung untuk menjaga alur acara agar tidak lepas dari durasi. Hal yang sering terjadi adalah apabila pembawa acara terlalu semangat membawakan acara, terkadang pembawa acara menjadi lupa pada durasi yang telah ditentukan.

Dari pemaparan di atas dapat dianalisis bahwa dalam proses produksi, tim kreatif tetap siap untuk menghadapi kemungkinan-kemungkinan yang terjadi dalam tahap produksi. Apabila terjadi sesuatu diluar perencanaan awal, tim kreatif dengan sigap memberikan alternatif lain untuk menghasilkan program acara yang terbaik. Sedangkan terkait dengan pengambilan gambar, dengan dilakukannya *briefing* dapat

menghindari pengambilan gambar yang terlalu *vulgar* dalam proses produksi.

### C. Pasca Produksi

#### 1. Editing

Setelah proses produksi dilaksanakan maka hal yang dilakukan selanjutnya oleh tim kreatif adalah membuat *rundown on air* editing. Pembuatan *rundown on air* ini dimaksudkan untuk mempermudah editor dalam menyusun gambar serta pemangkasan durasi apabila terjadi kelebihan pada saat proses produksi. Proses editing ini biasanya berlangsung selama satu minggu. Seorang editor selalu ditemani *production assistant* dan tim kreatif saat menyusun gambar agar tidak terjadi kekeliruan karena pada saat dilapangan mungkin banyak hal-hal yang terjadi yang menjadi catatan bagi editor agar tidak dimasukkan dalam penyusunan gambar. Misalkan ada pengambilan gambar yang mungkin memperlihatkan keseksian tubuh seorang penyanyi wanita, agar tidak terkena teguran KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) maka tim kreatif harus memberitahu editor agar mengganti bagian gambar tersebut.

Dari pemaparan di atas dapat dianalisis bahwa tahapan editing merupakan proses penyaringan kesalahan yang dilakukan pada saat proses produksi. Dengan dilakukannya proses editing, waktu yang over dapat diedit agar menjadi sesuai. Selain itu hal yang kurang pas pada proses produksi bisa diganti seperti urutan tampil para pengisi acara. Dengan

demikian secara umum editing program acara *Gentara* dapat menjadikan program menjadi *perfect*.

## 2. Evaluasi

Selain proses editing, produser dan tim kreatif selalu mengadakan proses evaluasi baik dari segi produksi, *flow* produksi, maupun hasil *rating* dan *share*. Tim riset data akan memberitahu kepada produser dan tim kreatif mengenai *minute by minute* yang kemudian menjadi bahan evaluasi dimana letak *treatment* yang lemah maupun yang unggul. Produser dan tim kreatif selalu membedah *segment by segment*, apakah *treatment* yang telah digunakan sebelumnya bisa digunakan lagi ataukah harus mengalami pergantian. Jika pada episode tersebut memiliki *rating* dan *share* yang bagus, biasanya produser dan tim kreatif masih menggunakan *treatment* yang sama dengan beberapa penambahan yang dirasa ada kekurangan. Begitu sebaliknya apabila episode tersebut memiliki *rating* dan *share* yang kurang bagus biasanya produser dan tim kreatif melakukan perombakan yang signifikan hingga menggantinya menjadi sebuah *treatment* baru.

Dari pemaparan di atas dapat dianalisis bahwa dengan adanya evaluasi, tim produksi menjadi lebih tau mengenai baik tidaknya strategi yang telah diterapkan sehingga tim produksi dapat menyusun strategi yang lebih baik untuk episode selanjutnya.



## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

*Gentara* merupakan sebuah program acara berformat musik yang ditayangkan sejak tahun 2008 hingga saat ini dan merupakan satu-satunya program yang masih bertahan dan paling lama yang ada di MNCTV. *Gentara* tayang seminggu sekali yaitu pada hari Minggu jam 08.30-09.30 WIB.

Konsep awal program *Gentara* merupakan program musik yang bertempat dari pasar ke pasar. *Gentara* merubah konsep yang mulanya dari pasar ke stadion maupun alun-alun dan berpindah-pindah daerah agar lebih dikenal oleh penonton yang lebih luas. Selain perubahan lokasi, strategi-strategi kreatif juga turut dikembangkan agar mendapatkan hasil yang lebih baik. Evaluasi dilakukan pada setiap akhir produksi program untuk menyusun strategi kreatif terbaik untuk episode berikutnya.

Perubahan dilakukan demi mendapatkan *rating* dan *share* yang lebih baik dari episode sebelumnya. Strategi yang berhasil dari episode sebelumnya dipertahankan dan tak lupa ditambahkan inovasi agar tidak ketinggalan dengan program acara sejenis. Strategi-strategi yang disempurnakan dalam episode Stadion Rawa Badak meliputi Strategi Pemilihan Bintang Tamu yang sedang naik daun dan juga memiliki fans yang banyak, *Gimmick* yang mencampurkan kehidupan pribadi artis yang lebih menarik perhatian

penonton, *Funfare* yang biasanya terdapat di awal atau akhir acara pada kali ini ditempatkan pada



segmen ke 3, *Music* yang menghadirkan lagu pop berirama dangdut koplo, *Fashion* yang menghadirkan warna kostum kuning yang merupakan permintaan dari sponsor Kuku Bima, serta *Interactive Program* yang menampilkan *senggak-an* yang justru menjadi identitas acara musik *Gentara*.

Dengan disempurnakanya strategi kreatif pada *Gentara* episode Stadion Rawa Badak ini berhasil menarik banyak penonton sehingga mendapatkan *rating* dan *share* yang tinggi selama awal tahun 2016 yaitu *rating* 1,2 dan *share* 8,3. Dengan demikian para sponsor akan tertarik untuk memasang iklan sehingga *Gentara* dapat mempertahankan eksistensinya di dalam dunia pertelevisian Indonesia.

## B. Saran

Berdasarkan pemaparan kesimpulan yang telah disampaikan di atas, adapun saran yang dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Program acara musik *Gentara* ini merupakan program acara musik bergenre dangdut yang memiliki banyak peminat baik secara *on air* maupun *off air*. Oleh sebab itu tidak ada salahnya untuk jam tayang program acara musik *Gentara* ini ditambah durasinya untuk memuaskan para penonton pencinta musik dangdut.
2. Selain itu, program acara musik *Gentara* yang bertahan cukup lama tentunya kreativitas dari tim produksi program acara musik *Gentara* harus terus dikembangkan. Dengan bermunculannya program sejenis

sebagai pesaing, tentunya pengolahan konten kreatif yang lebih menarik sangat diperlukan agar program ini dapat terus bertahan.

3. Saat ini, media sosial seperti facebook, instagram, twitter sangatlah berperan aktif sebagai sarana eksistensi masyarakat. Maka dari itu tidak ada salahnya jika interactive program *Gentara* kembali di gencarkan agar *Gentara* semakin luas, banyak peminatnya agar bisa mendapatkan *rating* dan *share* yang tinggi. Hal tersebut dikarenakan pada saat ini media sosial yang aktif pada program acara musik *Gentara* hanya twitter saja.
4. Untuk mahasiswa yang hendak meneliti dengan objek kajian sejenis diharapkan untuk dapat lebih dikembangkan. Masih cukup banyak kajian yang dapat diteliti pada program acara musik *Gentara* MNCTV antara lain meneliti tentang penerimaan khalayak terhadap program acara musik *Gentara*, strategi pemrograman program acara musik *Gentara* dan masih banyak lagi.



## DAFTAR ACUAN

### A. Sumber Buku:

- Askurifai Baksin. 2006. *Jurnalistik Televisi: Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Boedhisantoso, S. 1982. *Kesenian Dan Nilai-Nilai Budaya*. Jakarta: Depdikbud.
- Convelo G. Cevilla, dkk. 1993. *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Fred Wibowo. 2007. *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher.
- Hidajanto Djamal & Andi Fachrudin. 2011. *Dasar-Dasar Penyiaran*. Jakarta: Kencana.
- Husein Umar. 2003. *Metode Riset Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- John M Echols dan Hassan S. 1996. *Kamus Inggris Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Lexy J Moleong. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan M.A. 2008. *Manajemen Media Penyiaran (Strategi Mengelola Radio dan Televisi)* Edisi Revisi. Jakarta: Prenada Media Group.
- Naratama. 2004. *Menjadi Sutradara Televisi: Dengan Single Dan Multi Kamera*. Jakarta: PT Grasindo.
- Onong Uchana Effendy. 1986. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Renald Kasali. 1992. *Manajemen Periklanan*. Jakarta: Gramedia.
- Rachmat Kriyantoro. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Samiaji Sarosa. 2012. *Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar*. Jakarta: Indeks.
- Sony Set. 2008. *Menjadi Perancang Program Televisi Profesional*. Yogyakarta: Andi Offset.

Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

**B. Sumber Internet:**

[www.mnctv.com](http://www.mnctv.com)

[www.dikiumbara.wordpress.com/2008/page/2/](http://www.dikiumbara.wordpress.com/2008/page/2/)

[www.kpi.go.id/index.php/lihat-sanksi/32927-teguran-tertulis-program-siaran-Gentara-mnc-tv](http://www.kpi.go.id/index.php/lihat-sanksi/32927-teguran-tertulis-program-siaran-Gentara-mnc-tv), tanggal 30 November 2016

[www.tabloidbintang.com/articles/film-tv-musik/kabar/10431-6](http://www.tabloidbintang.com/articles/film-tv-musik/kabar/10431-6) , tanggal 30 November 2016

**C. Narasumber:**

Satriyo Ayoedianto, 35 tahun, Jakarta, Produser *Gentara*

Albertus Angga, 25 tahun, Bekasi, Kreatif *Gentara*



## **LAMPIRAN**

## **Wawancara Dengan Kreatif Gentara Albertus Angga**

R : jadi masalah sponsornya gimana? Yang katanya program 50:50

A: jadi ini dibidang program reguler in house juga bukan, dibidang program blocking juga bukan. Karena kita sebenarnya segala konten dan pengisi acara itu harus di konsultasiin ke si klien nya. Klien yang mendominasi adalah kukubima enerG. Jadi misal kompisis si pengisi acara penyanyinya itu kalo bisa harus sesuai pasarannya si kukubima. Pasar kukubima kan cowok ya si Kukubima ener G , dia targetnya adalah cowok dan kalangan menengah kebawah. Jadi kalo bisa penyanyinya adalah penyanyi-penyanyi yang cantik , cewek, seger, sexy gitu-gitu deh.. pernah kita satu kali pake penyanyi pop terus sama penyanyi cowok diprotes sama kukubima karena tidak sesuai dengan pasar mereka.

R: gentara itu sebenarnya pop apa dangdut sih?

A: dangdut sebenarnya, pop itu hanya untuk variasi aja sih. Jadi pop itu paling cuman satu dua penyanyi pop. Kalo program ini penyanyi dangdut tapi misalkan ada penyanyi pop paling cuman satu doang tidak boleh banyak-banyak. Karena dangdutkan musik yang dapat diterima oleh kalangan menengah kebawah , sedangkan si kuku bima kan tadi targetnya juga kalangan menengah kebawah.

R: kukubima itu pengaruhnya gede di program gentara?

A: cukup besar

R: dari kuku bima sendiri ada gak sih permintaan2 khusus, misal mengenai wardrobe dll?

A: kalo di set pasti ada logonya, terus ada vt nya juga mereka vt sponsor, vt sponsor itu misalnya hostnya itu blusk-blusuk nyari tukang sampah apa tukang sapu terus dikasih duit. Terus misalkan kostum sih gue ngeliatnya gaka ada ya, tapi lebih ke misalkan kalo dangdut itu kan sering asik-asik joss nah joss itu yang gak boleh karena joss itu kan punya nya extra joss. Terus permintaannya ada di pengambilann gambarnya atau pengambilan logonya harus diambil penuh atau diambil berapa kali.

R: gentara itu sebenarnya program apa sih?

A: kalo berdasarkan papper ya genrenya music entertainment. Mungkin bisa dikatakan variety, tapi kita tetep lebih kemusik, yang mendominasi adalah musik. Kalo kayak games itu cuman variasi aja sih biar gak boring.

R: asalannya milih musik dangdut?



A: selain sponsor , karena kita kan dangdut juga. identitas stasiun tv juga dangdut kan,jadi mungkin gini ya, kita kan identitasnya dangdut, target dari stasiun mnc tv itu kan juga menengah kebawah nah mungkin si kuku bima ngelihat stasiun tv kita target audiennya sama, akhirnya mereka masuk.

R: audiensnya itu gimana?

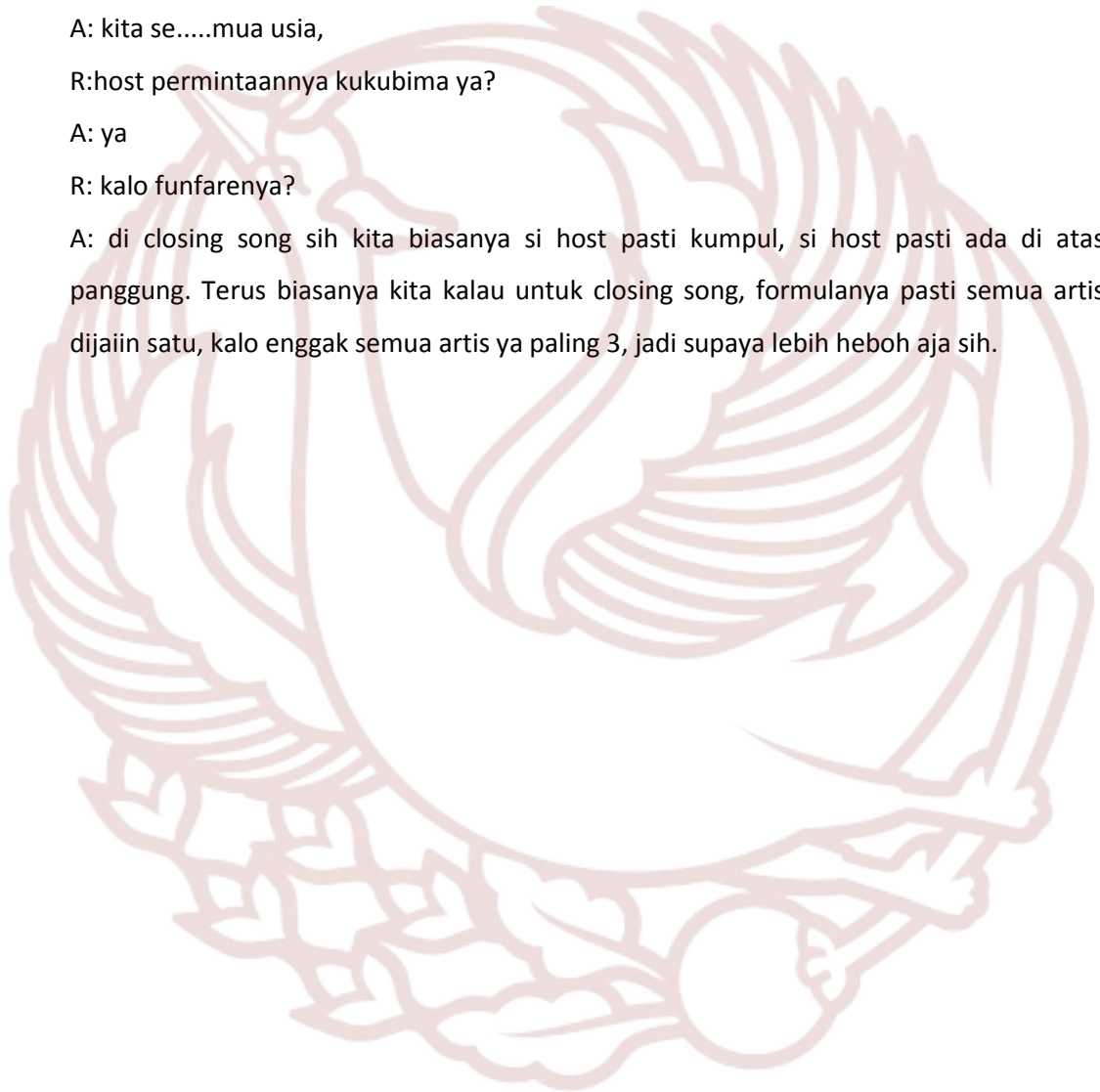
A: kita se.....mua usia,

R:host permintaannya kukubima ya?

A: ya

R: kalo funfarenya?

A: di closing song sih kita biasanya si host pasti kumpul, si host pasti ada di atas panggung. Terus biasanya kita kalau untuk closing song, formulanya pasti semua artis diijain satu, kalo enggak semua artis ya paling 3, jadi supaya lebih heboh aja sih.



**Wawancara Via Whatsapp**  
**Dengan Kreatif Gentara Albertus Angga**

R: pemilihan band nya gimana? pake ro juga gak? Kalo latihan ditungguin juga?

Al: pemilihannya mah karena dia sudah pernah dipake di kita dan mereka enak kerja samanya, improve nya lumayan, bisa request dadakan, jadi kita pake. pasti dong, list lagu itu paling lama kita sending ke homeband seminggu sebelum. Kalo ro itu paling lama 3 hari sebelum. Kalo pas mereka latihan sendiri, gak ada yang nungguin kecuali pas GR pasti kita tungguin.

R: terus knapa band nya sekarang gak di atas stage? sejak kapan?

Al: iyaa, itu pertimbangannya biar bersih aja stage nya, jadi secara look di depan kamera jadi enak. Pergerakan artis untuk mainin treatment juga jadi lebih leluasa. mulai tahun ini.

R: terus sekarang posisi band nya dimana?

Al: sekarang band nya ada dibelakang stage.

R: formasi band nya terdiri dari apa aja?

Al: terdiri dari 12 orang, antara lain 2 backing vokal cewek, 2 kiboert, 2 gitar, 1 bas, 1 perkusi, 1 ketipung, 1 drum, 1 suling, 1 saxophone.

R: pemilihan lokasi?

Al: ya itu berdasarkan mbm gentara terdahulu, misalkan tahun 2015 gentara pernah ke banyumas dan mbm nya tinggi, nah di 2016 pasti gentara akan ke banyumas lagi. Tapi gak semuanya gt...

R: penonton off air nya juga berpengaruh buat lokasi yg dipilih?

Al: audien off air dan on air , dua duanya jadi pertimbangan. Kalo off air nya rame kan look on airnya jadi enak, berpengaruh ke on air nya juga kan.

R: vt kuku bima itu sama telon lang syutingnya berapa hari sebelumnya?

Al: vt biasanya syuting di hari rabu-jumat sebelum syuting gentara. Scriptnya dari tim kreatif, dilempar ke marketing/AE nanti dilempar ke klien. Kalo ada revisi script dari klien, ntar klien nya lempar ke marketing/AE terus dilempar ke kreatif untuk kita revisi.

**Wawancara Via Chat Whatsaap**  
**Produser Gentara Satriyo Ayoedianto**

R: ide awal tune and bumper dari mana?musiknya siapa yang buat?

Ay: ide awalnya karena gentara kan keliling indonesia, nah makanya kita pake sng (in van) mnctv sebagai ciri atau lambang bahwa genytara tidak diam di suatu daerah. Music kita koordinasi dengan team audio post, mereka yang menerjemahkan apa yang kita mau.

R: kalo logo gentara?pemilihan warna pada logo gentara?

Ay: awalnya gentara itu singkatan dari grebek nisantara, kita pengen ganti nama yang lebih modern, tapi gentara udah melekat banget di masyarakat. biar lebih modern kita pisah, Gen Tara, terserah orang mengartikannya seperti apa.masalah warna, berpikirnya banyak warna berarti banyak variasi di acara itu. Dan lagi gentara kan pagi hari, kalau kita pake warna gelap gak menarik. Warna warni juga buat menarik massa yang menonton secara langsung dilokasi.

R: kalo backsound pas acara berlangsung itu ada ketentuannya gak?apa harus diseuaikan dengan tema?

Ay: gak ada ketentuannya kok, karena pasti itu kondiional. Kita hanya minta pemusik menyesuaikan dengan kondisi di atas panggung seperti apa.